الإعلام وثقافة الصورة

تأليف
صلاح عبدالحميد



مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

الإعلام وثقافة الصورة

تأليف

صلاح عبد الحميد

الناشر

مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

7شارع علام حسين – ميدان الظاهر -القاهرة

ت -0227876470 /0227867198

فاكس / 0227876471

محمول / 01112155522 – 01091848808-01006242622

الطبعة الاولى 2013

فهرسة أثناء النشر من دار الكتب والوثائق القومية المصرية

عبد الحميد ، صلاح .

الإعلام وثقافة الصورة / تأليف صلاح عبد الحميد . – ط 1 . -القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، 2013

313 ص ؛ 24 سم .

1 – الإعلام

أ-العنوان

161،301

رقم الإيداع : 2013/1579

بسم الـلـه الرحمن الرحيم

(فَتَعَالَى الـلـهُ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِن قَبْلِ أَن يُقْضَى إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا {114/20})

صدق الـلـه العظيم

طه 114

مقدمة

أن أختيار هذا الموضوع هو بمثابة التحدي لما يمثله من أهمية كبيرة فالثقافة تعبير عن عملية اجتماعية تتعلق أصلاً بالاتصال والتفاعل بين أفراد المجتمع لخلق وحدة تضامنية على أسس تشكلت وتعمقت عبر قرون، ووسائل الإعلام اليوم وبالذات القنوات الفضائية تستطيع عن طريق ما تقدمه من فنون ومواد ثقافية أن تثير في نفوس المتلقين الشعور بالوجود والتوحد وتقوي الروح الجماعية والمشاعر الوطنية والإنتماء أن الثقافة هي حصيلة التفاعل بين الناس التفاعل الواعي والإيجابي، وهي تراكمية تتجسد عبر الخبرة والممارسة، تطوّر الإنسان وتقوّيه وتقوّمه وترتقي بهِ نحو الكمال الإنساني وتخلصه من رواسب وسلبيات الزمن، تصقله وتجعله أكثر إنسانية، تبعده عن مزالق التخلف وتجعله إيجابياً في الحياة.

((الثقافة نور يضيء أمام الإنسان سبل الحياة، ويجعله يرى على مصباح العقل وبوعي أقرب إلى التمام، ما له وما عليه من حقوق وواجبات ولأن الثقافة نورٌ فأن الرؤية تصح في مناخها وتدق، ويثبت الوعي حق الآخر ووجوده في مقابل الأنا والتزاماتها، كذلك يضاء في صبحه درب التعامل مع السلطة والتعرف على حدود مالها وعليها، وما تمثله وما ينبغي أن تمتثل له من واجبات، بوصفها ممثلة للجماعة وخادمة لها.

ولما كانت الثقافة دعوة متجددة للمعرفة، والمعرفة تقيم أسس الوعي وبالوعي يتجدد أفق الحرية، فالثقافة على هذا فعل تثوير بالتنوير متعلق بالحرية ومبنيٌ عليها وهكذا تغدو الحرية شرطاً من شروط الفعل الثقافي وفاعلية الثقافة، وتكاد تكوّن روح مناخ التواصل الخلاق الذي لا بد من توافره ليقوم تفاعل بناء بين أطراف الفعل الثقافي، ولتكتمل دائرة المثاقفة ودورتها في

سوياتها المختلفة، بدءاً بالفرد وأنتهاء بالشعب مروراً بالبيئة التي يرد إليها فضلاً كبيراً في المعطى الثقافي.))[1]

أن هذا الحديث عن أهمية ودور الثقافة يكفي للأعتراف أن أحد أسباب مشاكلنا الكبرى ومعاناتنا تكمن في تخلف مجتمعاتنا وقلة الوعي والثقافة فيها، وليس هنالك من طريق للتغلب على كل ذلك إلا بالتنمية والتوعية الثقافية ولذلك حديث طويل يحتاج إلى الدراسات الكبيرة. فللأسف وبدلاً من أن يخصص دعم مالي كبير للقضايا الثقافية ولمواجهة المعضلات في هذا المجال نجد أنه دائماً يأتي في آخر أهتمامات المسؤولين في البلدان العربية، ونلمس التضييق والترشيد والمراقبة على الفعل والنتاج الثقافي، ولا نجد خططاً وبرامجاً إستراتيجية ولا طموحات ولا مشاريع واقعية ملموسة تدرك أهمية الموضوع ناهيك عن عدم توفر شروط الحرية اللازمة للإبداع، أن الزاد الثقافي هو مكملٌ للزاد الغذائي وليس شيئاً كمالياً وهذا ما لا يدركه الجميع.

أن الثقافة هي من عناصر البناء الفوقي للدولة، وعليها أن تخدم البناء التحتي، أي تطوير الناس من خلال استيعاب أفضل ما قدمته الإنسانية من قيم جمالية ومضامين فكرية خلاقة، لتعززها وتنشرها بين الناس ليتوحدوا ويسموا ويطوروا قدراتهم، وتجعل حياتهم أكثر بهجة وغنى من خلال تطويرها وإيقاظها الإحساس بالجمال والعواطف الفنية لديهم مما يطور قدراتهم وأذواقهم الفنية.

يتعاظم يوماً بعد آخر تأثير القنوات الفضائية في حياتنا، وقد أصبح البعض منا مدمناً على متابعةِ ما يبث من خلالها، بل تحولت شيئاً فشيئاً إلى أن تكون المصدر الأول لثقافتنا وإطلاعنا على أحداث العالم، مما يستوجب التوقف

(1) علي عقلة عرسان، مشكلات في الثقافة العربية،منشورات أتحاد الكتاب العرب، 1989م،ط1،مطبعة أتحاد الكتاب العرب- دمشق، ص207.

عندها الأنتباه لها ومتابعتها ودراستها بأستمرار من قبل المختصين في الشأن الإعلامي.

أن دراستنا هذه تحاول أن تتعرف على أبعاد التحول الذي يعيشه المجتمع العربي، كأي مجتمع معاصر، من الإنتاج الثقافي (السمعبصري) أو ما يمكن تسميته بثقافة(الصورة) ، وهل استطاعت القنوات الفضائية العربية أداء الدور المطلوب في تنمية وتطوير برامجها وموادها الثقافية، وما مدى تأثيرها في تكوين الوعي الثقافي لدى المشاهد العربي.؟ هذه الأسئلة البسيطة بطرحها، والعميقة بأبعادها والتي تتفرع منها أسئلة كثيرة تدور في أذهان العديد ممن يتابعون الشأن الإعلامي والشأن الثقافي، هي التي تحاول الدراسة الإجابة عنها.

أن هذه الدراسة تحاول أن تكشف طبيعة الوظيفة الثقافية للقنوات الفضائية العربية، من خلال دراسة ميدانية ورصد ما تقدمه القنوات الفضائية العربية من برامج ثقافية وتحليل مضمون عينات من هذه البرامج.

الفصل الأول

الإعلام المعاصر بين النظرية والتطبيق

بين الأمية ووسائل الإعلام

إن الدراسات التي أجريت على الأطفال الذين نشأوا في عصر التليفزيون أي الأطفال من كل الطبقات الاجتماعية الذين اعتادوا الحصول على معلوماتهم أساساً بواسطة التليفزيون، تبين أن الجيل الجديد لا يركز على الصورة كلها، كما يفعل الفرد المتعلم الناضج حينما يشاهد فيلم رعاة البقر مثلاً،بل يمرون بأعينهم بسرعة على الشاشة، ويركزون على جراب المسدس رؤوس الجياد، القبعات، وكل التفاصيل الصغيرة الأخرى، وحتى في أشد معارك المسدسات يراقب الأطفال التليفزيون بالطريقة التي يراقب بها غير المتعلم السينما .

ويعتبر الجيل الذي نشأ في عصر التليفزيون من رجال القبائل الجدد، فعندهم توازن حسّي قبلي، وعندهم العادة القبلية للاستجابة العاطفية على الكلمة المنطوقة.

فهم (ساخنون) يريدون المساهمة، كما يريدون أن يلمسوا وأن يشتركوا أكثر، ومن ناحية أخرى يمكن للديماجوجية أن تؤثر عليهم بسهولة أكبر الفرد الذي يستخدم أساسا حاسة الأبصار أو الذي يعتمد أساساً على المطبوع، هو إنسان فردى فهو (أبرد) ولديه ضمانات مبنية داخله،عنده شعور دائم بأنه بالرغم مما قد يقوله أي شخص، يستطيع أن يتأكد من الموضوع، فهو يحصل على المعلومات الضرورية بطريقة ما ويصنفها في فئات، ويستطيع أن يرجع إليها ويتيقن منها وحتى إذا كأن ما يعرض عليه شيء لا يستطيع أن يتيقن منه مثل شائعة تقول أن (الصين ستلقي بقنابل ذرية على أمريكا) -إلا أن ذهنه قد اعتاد الإحساس بأن في مقدوره التأكد والتيقن مما يسمعه الفرد الذي يستخدم حاسة السمع أساسا تكيفه ليس فرديا بهذا الشكل، ولكنه جزء من وعي جمعي **Collective Consciousness** فهو أكثر تصديقا من

المتعلم الذي يعتمد على حاسة الإبصار أساساً، أي إنسان الطباعة والقراءة وقد يبدو هذا وكأنه خاصية سلبية، ولكن بالنسبة للفرد الذي يعتمد على حاسة السمع، أي الرجل القبلي، أي جيل التليفزيون الجديد، فهو أكثر قدرة على أدراك النمط، وهو الأمر الذي يعتبر أساس العقل الإلكتروني. فالطفل يتعلم اللغة كلها بما في ذلك التنغيم والأوزان، علاوة على المعنى أما الرجل المتعلم فإن الطريقة التي يحاول بها أن يحول الأصوات إلى مطبوع في عقله تؤخر تعلمه، فهو يأخذ الكلمات واحدة واحدة، ويضعها في فئات ويترجمها في تسلسل متعب، ويبذل في ذلك مجهوداً مضنياً .

وماكلوهان، مثل هارولد أنيس، يؤمن بأن التاريخ الحديث للمجتمعات الغربية ما هو إلا تاريخ (لاتصال، متحيز)، واحتكار للمعرفة، يقوم على أساس المطبوع، ويعتبر المفكر أنيس أن الوسائل المطبوعة التي تقدم المضمون في شكل سطري مسئولة عن كثير من الاتجاهات غير المرغوبة التي ظهرت خلال الخمسة قرون السابقة. ويقصد ماكلوهان، حينما يصف الاتصال الذي وجد في الخمسة قرون السابقة بالتحيز، أنه اتصال سيطر عليه المطبوع، وتحكم فيه. يقول هارولد أنيس أن نمو وسائل الأعلام المطبوعة منذ القرن الخامس عشر قتل تقليد الاتصال الشفهي،وحل محل تنظيم المجتمع على أساس الزمن، وما هو موجود **Temporal** تنظيم آخر قام على المساحة أو الاتساع Spatial، مما جعل الفرد يركز على أوجه نشاطه الخاصة، وجعل القيم نسبية، وحول محور السلطة من رجل الدين إلى الدولة، وشجع القومية المتطرفة، لاشك أن وجهه النظر هذه مهمة وجديرة بالدراسة، ولكن هذه التطورات التي حدثت لا يمكن أن نعزوها فقط إلى تطور تكنولوجية المطبوع، فمما لا شك فيه أن الاختراعات التكنولوجية الأخرى،مثل وسائل المواصلات السريعة، ومصادر الطاقة الجديدة، والمعدات الآلية والإلكترونيات، وإحياء التعلم ، ونمو الديمقراطية، ونمو الطبقة المتوسطة

وتقسيم العمل، وإثارة مثاليات اجتماعية جديدة، لاشـك أن هـذه العوامـل كـان لهـا أيـضا دور في التأثير.

وإذا قلنا أن المطبوع كان له دور في كل تلك التطورات فإن هذه التطورات بدورها أثـرت بشكل ما، على المطبوع، ولكن حلول مجتمع جديد محل المجتمع الشفهي أحدث تغييرات أساسـية على نظرة الإنسان الكلية للظروف المحيطة به، وحوّل السلطة من أيدي أولئـك الـذين يـستطيعون أن يتذكروا الماضي، ويحفظون الكتب السماوية، إلى أولئك الذين يعرفون الأماكن البعيدة والأساليب المختلفة لعمل الأشياء، وجعل في الإمكان تكوين جماعات اجتماعية كبيرة (وأحيانـا حـدوث تـصادم بين تلك الجماعات) تحت قيادة مركزية.هذه التغيرات التي حدثت حينما بدأ المجتمع يعتمـد عـلى وسائل الأعلام يمكن أن نراها اليوم في العديد من الدول النامية .

تلك كانت بعض آراء هارولد أنيس التي قبلها ماكلوهان، ولكن تنـاول مـا كلـوهن لتلـك الأفكار هو تناول سيكولوجي، وهو يعيد إلى الأذهان افتراضات الباحثين ساير וورف، بالرغم مـن أن ماكلوهان مهتم بالطريقة التي تؤثر بمقتضاها وسائل الأعلام، وهو غير مهـتم بتـأثير اللغـات، وعـلى نظرة الفرد للعالم، وعلى الطرق التي يفكر بمقتضاها، ففكرته الرئيسية تقوم على أن وسـائل الأعـلام لا تنقل فقط معلومات ولكنها تقول لنا ما هو نـوع العـالم الموجـود، وهـذا لا يجعـل حواسـنا تثـار وتتمتع فقط، ولكنها تعدل نسبة استخدامنا للحواس، وتغير في الواقع شخصيتنا ولم يكن ماكلوهـان أول من قال أن (الأشياء التي نكتب عليهـا كلماتنـا لهـا أهميـة أكـبر مـن الكلـمات نفـسها) ولكـن الطريقة التي قدم لنا بمقتضاها هذه الفكرة هي التي تقتبس باستمرار..فهو يقـول ((الوسـيلة هـي الرسالة)) لأن طبيعة كل وسيلة إعلامية، وليس مضمونها، هو الأساس في تشكيل المجتمعات .

الوسيلة هي الرسالة :

يرفض ماكلوهان رأي نقاد وسائل الأعلام الذين يدعون أن وسائل الأعلام الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة أو رديئة، لكن الطريقة التي تستخدم بها هذه الوسائل هي التي ستحد أو تزيد من فائدتها، يقترح ماكلوهان بدلاً من ذلك أنه علينا أن نفكر في طبيعة وشكل وسائل الأعلام الجديدة، فمضمون التليفزيون الضعيف ليس له علاقة بالتغيرات الحقيقية التي يسببها التليفزيون كذلك قد يتضمن الكتاب مادة تافهة أو مادة كلاسيكية، ولكن ليس لهذا دخل بعملية قراءته فالرسالة الأساسية في التليفزيون هي التليفزيون نفسه، العملية نفسها، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع. فالرأي الذي يقول أن وسائل الأعلام أدوات يستطيع الإنسان أن يستخدمها في الخير أو الشر، رأي تافه عند ماكلوهان، فالتكنولوجيا الحديثة، مثل التليفزيون أصبحت ظرفاً جديداً محيطاً مضمونه ظرف أقدم.وهذا الظرف الجديد يعدل جذريا الأسلوب الذي يستخدم به الناس حواسهم الخمس، والطريقة التي يستجيبون بها إلى الأشياء.

ولا يهم إذا عرض التليفزيون عشرين ساعة يوميا أفلام(رعاة البقر) التي تنطوي على عنف وقسوة، أو برامج ثقافية راقية، فالمضمون غير مهم، ولكن التأثير العميق للتليفزيون هو الطريقة التي يعدل بمقتضاها الناس الأساليب التي يستخدمون بها حواسهم Sensory Patterns ويعبر عن هذا بقوله المختصر المشهور"الوسيلة هي الرسالة (The Medium is The Message-)".

ويعتبر هذا من أهم الإضافات التي قدمها مارشال ماكلوهان إلى ما قاله هارولد أنيس في كتابه (تحيز الاتصال) فقد حلل ماكلوهان الطريقة التي يفترض أن المطبوع يؤثر بمقتضاها، وقال أن المطبوع يفرض منطقاً معيناً على تنظيم التجربة البصرية، لأنه يحطم الواقع إلى وحدات منفصلة ومتصلة بشكل

منطقي وسببي، يتم إدراكه بشكل سطري على الصفحة بعد تجريدها من طبيعة الحياة الكلية، غير المرتبة، وذات الأبعاد الحسية المتعددة ويسبب هذا عدم توازن في علاقة بالظروف المحيطة به، لأن المطبوع يؤكد نوع من المعلومات يتم إدراكها بواسطة العين بدلاً من المعلومات التي يحصل عليها الفرد بواسطة الاتصال الشخصي، عن طريق كل الحواس، ولأن الكتابة والقراءة هما من أوجه النشاط الشخصية التي تتناول تجربة مجردة، فهما يفقدان الفرد لقبليته ويأخذانه خارج الثقافة الشفهية الوثيقة العرى، ويضعانه في ظرف خاص أو شخصي، بعيداً عن الواقع الذي يتناوله اتصاله .

وبالطبع فإن تطور المطبوع يسبب تماثلاً بين أبناء البلد الواحد، ويقرب البعيد، وبهذا تحل المدينة محل القرية، وتحل دولة الأمة محل دولة المدينة.ويعني ماكلوهان أيضا بفكرة (الوسيلة هي الرسالة) بالإضافة إلى هذا أن مضمون أي وسيلة هو دائما وسيلة أخرى، فالضوء الكهربائي مثلاً هو معلومات صرفه، فهو وسيلة بلا رسالة، إلا إذا استخدم لتقديم إعلان أو رسم، ولكن إذا نظرنا إلى الكتابة نجد أن مضمونها هو الكلام، والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع، والمطبوع هو مضمون التلغراف، ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية فمضمون الظروف الجديدة هو الظروف الأقدم.

ونحن نحاول دائما أن نفرض الشكل القديم على المضمون الجديد وحينما كان الإنتاج الآلي جديداً خلق – بالتدريج- ظروفا محيطة جديدة كان مضمونها الظروف القديمة للحياة الزراعية والفن والحرف..

فالظرف الآلي الجديد الذي يحيط بالأفراد حول الطبيعة إلى شكل فني، وللمرة الأولي بدأ الإنسان يعتبر المطبعة مصدراً لقيم جميلة وروحية، وبدأ الناس في الإعجاب بالعصور السابقة، بينما لم يكن الأفراد الذين عاشوا في العصور التي سبقت عصر الإنتاج الآلي على وعي بعالم الطبيعة كفن، وكل تكنولجيا جديدة

تخلق ظروفا جديدة محيطة تعتبر هي نفسها فاسدة تحط بالشأن،ولكن الجديد يحول ما يسبقه دائما إلى شكل فني .

فحينما كانت الكتابة جديدة، حول أفلاطون الحوار الشفهي القديم إلى شكل فني، وحينما كانت الطباعة جديدة أصبحت العصور الوسطى شكلاً فنياً وحوّل عصر الصناعة عصر النهضة إلى شكل فني .

ونظرا لأن التكنولوجيا الحديثة المتغلغلة قد خلقت سلسلة كاملة من الظروف الجديدة، أصبح الإنسان واعيا ومدركا للفنون على أنها (ضد الظروف المحيطة(Anti –Environments) والأسلوب الذي تدرب به الإنسان قديماً على الملاحظة لم تعد له صلة بالعصر الذي نعيش فيه، لأنه يقوم على الاستجابات السيكولوجية والمفاهيم التي تأثرت بالتكنولوجية القديمة - تكنولوجية الميكنة- وقد يفسر هذا (عصر القلق) الذي نعيش فيه، فنحن نشعر بالقلق لأننا نحاول أن نقوم بعمل اليوم بأدوات الأمس، وبمفاهيم الأمس .

وقد أصبح الشاب اليوم يدرك بالفطرة الظروف الحالية المحيطة أي الدراما الكهربائية، فهو يعيش بعمق، وربما كان هذا هو السبب في الفجوة الكبيرة الموجودة بين الأجيال، فالحروب والثورات والتمرد المدني هي من ظواهر الظروف الجديدة المحيطة التي خلقتها وسائل الأعلام الكهربائية، فقد أصبح زمننا هو زمن عبور الحواجز لإزالة الفئات القديمة، وللبحث عما حولنا، وتعمل الثقافة الغربية الرسمية على جعل وسائل الأعلام الجديدة تقوم بمهام الوسائل القديمة، لذلك نشهد حاليا أوقاتاً صعبة نتيجة للتصادم بين تكنولوجيتين عظيمتين، فنحن نقترب من الجديد بالاستعداد السيكولوجي للقديم وباستجاباتنا الحسية الملائمة للقديم، وهذا الصدام يحدث بالطبع في المرحلة الانتقالية، فالفن في أواخر العصور الوسيطة عبّر عن الخوف من تكنولوجية المطبوع بفكرة رقصة الموت .

واليوم يتم التعبير عن مخاوف مماثلة في مسرح العبث، والإنسان لم يكن يدرك أبدا القواعد الأساسية لنظم ظروفه المحيطة أو ثقافات الظروف المحيطة ولكن اليوم نظراً لأن ظروفنا المحيطة أصبحت تتغير بسرعة،أصبحنا قادرين حاليا على رؤية المستقبل، من الظروف المحيطة الحالية، فالفلسفة الوجودية ومسرح العبث هي ظواهر المحيط الجديد الذى يعتمد على الكهرباء،هذه الظواهر تمثل الفشل الشائع الناتج عن محاولتنا أن نقوم بالعمل المطلوب الذي تتطلبه الظروف الجديدة المحيطة بأدوات أو وسائل الظروف القديمة .

والمهم أن أي (رسالة) أو أي (وسيلة) أو أي تكنولوجيا، هي تغيير للمدى أو المساحة أو الشكل الذي تدخله في الشئون البشرية.لم تدخل السكة الحديد الحركة أو المواصلات أو الطريق، في المجتمع البشري، ولكنها عملت على توسيع نطاق Scale تلك المهام البشرية السابقة،خالقة أنواعا جديدة من المدن، وأنواعا جديدة من العمل ووقت الفراغ،حدث ذلك في أي مكان عملت فيه السكة الحديد بشكل مستقل تماماً عن الحمولة أو المضمون الذي تحمله السكة الحديد كوسيلة للمواصلات، والطائرة من ناحية أخرى، بإسراعها بالمواصلات تميل إلى حل شكل السكة الحديد في المدينة والسياسة والارتباط، مستقلة تماما عن استخدامات الطائرة المختلفة أو ما تحمله .

إذا عدنا مرة أخرى إلى نموذج الضوء الكهربائي نجد أنه سواء استخدام في عمل عملية جراحية في المخ أو في إضاءة مباراة الكرة السلة، فهذا ليس مهماً نستطيع أن نقول أن أوجه النشاط تلك هي بشكل ما مضمون الضوء الكهربائي حيث أنها لا يمكن أن تتواجد بدون ضوء كهربائي.هذه الحقيقة تصور وجهة النظر التي تسيطر على مدى الارتباط البشري وشكله وعلى العمل البشري، أما المضمون أو استخدام الوسيلة فهو متنوع ولا يؤثر على تشكيل الارتباط البشري ولكن الملاحظ أن مضمون أي وسيلة يلهينا عن طبيعة الوسيلة نفسها، والضوء

الكهربائي لا يلفت انتباهنا كوسيلة اتصال لأنه ليس له (مضمون) وهذا يجعله مثالا طيبا لا ظهار الطريقة التي يفشل بسببها الناس تماما في دراسة وسائل الأعلام، فإذا لم يستخدم الضوء الكهربائي في عرض اسم سلعة فلن يلاحظه أحد كوسيلة، وفي هذه الحالة، فأن الضوء وليس (المضمون) الذي هو في الواقع وسيلة أخرى، وهو الذي لم تتم ملاحظته .

رسالة الضوء الكهربائي مثل رسالة الطاقة الكهربائية في الصناعة جذرية وشاملة وغير مركزية،ونظراً لأن الضوء الكهربائي والطاقة منفصلان عن استخداماتهما إلا أنهما يستبعدان عوامل الزمن والمساحة في الارتباط البشري تماما كما يفعل الراديو، والتلغراف، والتليفون، والتليفزيون، خالقين اشتراطا أو اندماجاً Involvement بعمق .

كنا قد تحدثنا عن الأطفال الذين نشأوا عهد التليفزيون، وذكرنا أنهم يختلفون عن الأطفال الذين نشأوا في عهد المطبوع، نلاحظ حاليا أن نسبة كبيرة من الأطفال في المجتمعات الغربية الذين نشأوا في عهد التليفزيون يتركون المدارس في سن مبكرة، والسبب ليس الظروف الاقتصادية أو الظروف الاجتماعية السيئة، ولكن السبب هو أن طفل اليوم هو طفل التليفزيون، فالتليفزيون قدم ظروفا جديدة لتكييف بصري منخفض Low Visual Orientation واشتراك مرتفع، الأمر الذي يجعل قبول أسلوب التعليم القديم صعباً.قد تكون أحدى الاستراتيجيات لمواجهة هذه المشكلة هي رفع المستوى البصري لصورة التلفزيون لتمكن التلميذ من الوصول إلى مستوى يقترب من العالم البصري القديم لحجرة الدراسة والمناهج المقررة، وهذا يستحق التجربة كحل مؤقت، ولكن التليفزيون عنصر واحد من عناصر الجو الإلكتروني المحيط الذي يعتمد على شبكة أو دائرة الكترونية جاءت مباشرة، بعد العالم الذي اعتمد على العجلة والصامولة والمسمار لقد أصبح لزاما علينا أن نسهل انتقالنا من العالم البصري

المجـزأ، أي عـالم المطبـوع، حتـى نـصل إلى أسـلوب للتعلـيم نـستخدم فيـه كـل وسـيلة حديثـة متوافرة .

حاليا يسمح لشباب اليوم بادراك معالجة التراث التقليدي للبشرية من خلال باب الـوعي التكنولوجي، فقد أغلق المجتمع هذا الباب الوحيد الممكن ذلك لأن المجتمع ينظـر إلى الـشاب مـن خلال مرآة تعكس الأشياء والخليقة (أي الماضي) يعيش الشباب اليوم بعمق في عالم خيالي أو سحري بينما يواجه – عندما يتعلم – ظروفا منظمة على أساس المعلومـات المـصنفة، أي الموضـوعات غـير المتصلة التي يتم إدراكها بـصريا عـلى أسـاس خطـي. لا توجـد أمـام الطالـب وسـيلة للاشـتراك ولا يستطيع أن يكتـشف كيـف تتـصل المـشاريع التعليميـة بعالمـه الخيـالي الـذي يتحـرك فيـه، وعـلى المؤسسات التعليمية أن تدرك بسرعة أننا نعيش في حرب بين تلك الظروف المحيطة ووسائل الأعـلام الأخرى، غير الكلمة المطبوعة، فالفصل الدراسي في كفاح مرير مـن اجـل الحيـاة في العـالم الخـارجي الذي خلقته وسائل الأعلام الحديثـة، ويجـب أن ينتقـل التعلـيم مـن التـدريس، ومـن فـرض صـور مطبوعة أو متماثلة على الطلبة إلى الكشف والاكتشاف والتعمق .

والوسيلة هي الرسالة، تعني بالإضافة إلى ذلك، أشياء أخرى فقول ماكلوهـان يـشير أيـضا إلى أن لكل وسيلة جمهوراً من الناس الذين يفوق حبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، بمعنـى آخر التليفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، فكما يحب النـاس أن يقـرءوا مـن اجـل الاسـتمتاع بممارسة تجربة المطبوع، وكما يجد الكثيرون متعة في التحدث إلى أي شخص في التلفون كذلك يحب البعض التليفزيون بسبب الشاشة التي تتحرك عليها الصور والصوت .

علاوة على ذلك،(الرسالة) في الوسـيلة هـي تـأثير الأشـكال التـي تظهـر بهـا عـلى المجتمـع.الرسـالة المطبوعـة كانـت كـل جوانـب الثقافـة الغربيـة التـي أثـر عليهـا

المطبوع، والرسالة في وسيلة السينما هي مرحلة الانتقال من الروابط السطرية إلى الأشكال، كذلك يقترح ماكلوهان أن بناء الوسيلة ذاتها مسئول عن نواحي القصور فيها ومسئول عن مقدرتها على إيصال المضمون، فهناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة، كرة القدم مثلاً،أفضل في التليفزيون منها في الراديو أو في عمود الجريدة، ومباراة كرة القدم الرديئة على شاشة التليفزيون أكثر إثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو، ولكن على العكس من ذلك أغلب تحقيقات الهيئات النيابية، أقل إثارة للملل في الجريدة عنها في التليفزيون، ويبدو أن كل وسيلة بها (ميكانيزم) خاص بها يجعل بعض الموضوعات أفضل من موضوعات أخرى .

الوسائل الساخنة والوسائل الباردة :

وقد ابتكر ماكلوهان، في تعريفه لذلك (الميكرنيزم) اصطلاحات فئات(الساخن) و (البارد) ليصف في نفس الوقت بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها ومدى تفاعلها، وما نطلق عليه كلمة (بارد) تستخدم عادة في وقتنا الحاضر لتعني الجدال الذي ينغمس فيه الناس بشدة، ومن ناحية أخرى (الاتجاه البارد) كان يعني الحياد الذي يميل إلى الابتعاد وعدم الاهتمام، كلمة (ساخن) أصبحت غير مستخدمة حينما طرأت تغيرات عميقة على طريقة النظر للأمور، ولكن التعبير الدارج (بارد) ينقل قدرا إلى جانب الفكرة القديمة (ساخن) فهو يشير إلى نوع من الالتزام والمساهمة في ظروف تتضمن قدرات الفرد كلها .

ماكلوهن لا يهاجم فقط السطرية، ولكن أيضا الطبيعة التجريدية للغة المطبوعة التي تعتبر من عناصر قوتها، وبدلاً من المقدرة على التجريد، يهتم بالمقدرة على التخيّل التي تعتبر محور فكرته أو مفهومه، الذي يقتبس دائما حينما يفرق بين الوسائل (الساخنة) و (الباردة).. فالوسيلة (الساخنة) هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم

المعنى، مصنوعاً جاهزاً إلى حد ما، مما يقلل احتياج الفرد للخيال لكي يكون صورة للواقع من العلاقات التي تقدم إليه،أما الوسيلة (الباردة) فهي الوسيلة التي تحتاج إلى أو تحافظ على التوازن بين الحواس، وتحتاج لقدر كبير من الخيال.

ولكن حتى ماكلوهان نفسه لا يتسم بالثبات الكامل في تصنيفه لوسائل الأعلام تحت هاتين الفئتين، فهو يعتبر المطبوع والراديو من الوسائل (الساخنة) التي تستخدم كل منهما حاسة واحدة، ولا تحتاج (في رأي ماكلوهان) إلا لقدر بسيط من الخيال، بينما يعتبر الفيلم الناطق والتليفزيون، من (الوسائل الباردة) التي تحتاج، كما يقول ماكلوهان، إلى أقصى درجة من الجهد الخيالي من جانب المتفرجين. والغريب في نتائج ماكلوهان المتصلة بالاحتياج للخيال أنه، لا يعتمد أساسا على الحاجة للتنظيم والتجريد من القدر الكبير من التجربة المحددة التي يقدمها التليفزيون، ولكنه يهتم أساسا بأسلوب الإدراك، بمعنى أن التليفزيون يقدم عددا كبيرا من نقاط الضوء الصغيرة التي يجب أن تنظمها الأنظمة العصيبة والحسية المركزية، وتكون منها صورة للواقع .

بهذا المعنى يستطيع الفرد أن يعتبر الآلية الذاتية Automation باردة في حين أن الأنواع الميكانيكية القديمة أو (الوظائف) المجزأة، ساخنة، والشخص التقليدي أو غير المتطور أو المحافظ ليس (بارداً) لأن قدراته لا تساهم بعمق .

الوسيلة الساخنة أو التجربة الساخنة، درجة وضوحها مرتفعة، High Definitionأو هي أقرب للأشياء الطبيعية، فهي على درجة عالية من الفردية كما أن بها قدرا كبيرا من المعلومات المطلوبة، ولا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي، أما الوسيلة (الباردة) فدرجة وضوحها (منخفضة) والمعلومات التي تنقلها أيضاً منخفضة، وتتطلب من جانب الجمهور مساهمة لتكملة التجربة. صورة التليفزيون درجة وضوحها منخفضة، لذلك يضطر الفرد إلى المساهمة أو الاشتراك سيكولوجيا بدرجة كبيرة،أي يضطر المتفرج إلى أن يملأ

المساحات التي يشاهدها بالعقل، كما يفعل بالكارتون، لهذا نجد متفرج التليفزيون أكثر اشتراكا في تكملة الصورة التي يقدمها التليفزيون منه في حالة الفيلم السينمائي، فهو مضطر لبذل مجهود، وهو يستعرض الصور بعينه ليكملها ويملأ نواحي النقص فيها ..

سمي ماكلوهان التليفزيون وسيلة (باردة) والصحافة وسيلة (ساخنة) بسبب المدى الذي تشترك به حواسنا في كل منها،(وتأثير كل وسيلة على بناء المجتمع يتوقف،إلى حد كبير، على درجة حرارتها) فإن الوسيلة الساخنة تسمح بمساهمة أقل من الوسيلة الباردة، فالمحاضرة مثلا تسمح بمساهمة أقل من الندوة) السمنار) والكتاب يحتاج إلى مساهمة أقل من الحوار، والكارتون وضوحه أو دقته (منخفضة) ذلك لأنه يقدم قدرا بسيطا من المعلومات...فهو بارد .

المطبوع وسيلة ساخنة، يفرض نمطه على الصفحة، يتكرر بلا نهاية، وهو يقوم على التجريد، ويحمل المطبوع الإنسان بعيدا عن العلاقات الوثيقة التقليدية المعقدة إلى أسلوب الحياة الحديثة، من القبلية إلى الأممية، ومن الإقطاع إلى الرأسمالية، ومن الحرفية إلى الإنتاج على نطاق واسع، ومن الحكمة إلى العلم، والمطبوع يقوم على تعدد الرسائل والأنماط بشكل لا نهائي تقريبا .

الحديث الشفهي، على العكس من ذلك، وسيلة باردة، فهو يطور حواراً واستجابة، ورجع صدى، وأنماط معقدة ومتداخلة للعلاقات الشخصية ومجتمعات مركزة في العائلة، وأخلاقيات عائلية وقبلية، واعتقاد أو إيمان بأشياء خارقة للطبيعة .

والراديو وسيلة ساخنة، وكان دائما وسيلة أساسية لتسخين الدماء في أفريقيا والهند والصين .

والفكرة الرئيسية أن الوسيلة الساخنة تُبعد، والوسيلة الباردة تقرّب أو تستوعب ؛ الوسائل الساخنة درجة المساهمة فيها أو تكميل الجمهور لما تقدمه ضئيلة، أما الوسائل الباردة فدرجة مساهمة الجمهور في إكمال ما تقدمه عالية الوسيلة الساخنة هي التي تمد الحواس، وهي على درجة عالية من الوضوح، ونعني بالوضوح العالي، توفير الوسيلة للمعلومات بشكل عام بدون مساهمة شديدة من جانب الجمهور، فالصور،على سبيل المثال،درجة وضوحها مرتفعة لذلك هي ساخنة، بينما الكارتون درجة وضوحه منخفضة لذلك فهو بارد، لأن الرسم الفج يوفر معلومات بصرية بسيطة جداً، ويستلزم من المتفرج أن يكمل الصورة بنفسه لهذا التليفون، الذي يعطي الأذن معلومات بسيطة نسبيا، هو وسيلة باردة كذلك الكلام، فكلاهما يتطلب من المستمع قدراً كبيراً من التكميل أو ملء الفجوات،من ناحية أخرى، الراديو ليس وسيلة ساخنة لأنه يوفر بشكل حاد وعميق قدراً كبيراً من المعلومات المسموعة العالية في وضوحها بحيث لا تتطلب سوى جهداً بسيطاً من الجمهور لكي يكمله أو لا تترك أي شيء للجمهور لكي يكمله المحاضرة،على نفس النمط، ساخنة، ولكن الندوة أو السمنار وسيلة باردة والكتاب ساخن، ولكن المحادثة وسيلة باردة .

ويطبق ماكلوهان أيضا الاصطلاحين (ساخن) و(وبارد) على التجارب وعلى الناس والدول، فيقول أن وسائل الأعلام الباردة أفضل بالنسبة للأفراد الذين يتميزون بطابع فردي إلى حد كبير، أي الأفراد الأكثر برودا الذين يصعب أثارتهم ووسيلة مثل الراديو تحتاج إلى صوت يتصف بخصائص متميزة عن غيره ويمكن التعرف عليه مباشرة،أما التليفزيون فيفضل الأفراد الذين تكون (درجة وضوحهم) منخفضة جداً بحيث يظهرون عاديين ولكن بشكل إيجابي .

على هذا الأساس نستطيع أن نفسر جميع الظواهر التي كانت في الماضي لا تخضع للفحص والدراسة - مثل نجاح الشخص غير العاطفي أو غير

المثير أو غير الجذاب في التليفزيون - أي الشخصيات العادية ويقول ماكلوهان ((أن التليفزيون وسيلة باردة، ترفض الشخصيات والموضوعات الساخنة أكثر من الصحافة التي تعتبر وسيلة ساخنة فلو كان التليفزيون موجودا على نطاق واسع خلال حكم هتلر لساعد ذلك على اختفاء هتلر بسرعة))!

وعلينا أن نشير إلى أنه بينما يعتبر ماكلوهان على تأثير الوسيلة نفسها نافع ومفيد،إلا أن تأثيرات الرسالة نفسها متنوعة أكثر من الوسيلة نفسها.فالرسالة هي الرسالة والوسيلة هي الوسيلة وكل واحدة تؤثر على الأخرى بحيث لا يمكن فصل واحدة عن الأخرى فالأخبار في الرأي الا بعض هي الأخبار بصرف النظر عن الوسيلة التي تنقل بها الناس ولو أن درجة اكتساب المعلومات من التليفزيون اذا لم يتطابق النص مع الصورة، قد تقل كثيرا هناك دليل على أن الإدراك وجمع نقط الضوء على شاشة التليفزيون يحدث اختلافا في التأثير كما أن هناك حاجة إلى اعادة التفكير في موضوع الخيال الذي يحتاج إليه نوع ما من أنواع الاتصال وهو الأمر الذي لفت ماكلوهان أنظارنا إليه فهناك من يقول بأن قدر الخيال الذي تحتاج إليه ترجمة المطبوع إلى صور واقعية أكبر من ذلك الذي تتطلبه مشاهدة التليفزيون، كما أن هناك من يقول بأن غياب الصوت في الأفلام الصامتة يحتاج لخيال أكبر من الخيال الذي تحتاج إليه الأفلام الناطقة .

وتأكيد ماكلوهان على تأثير الوسيلة نفسها مفيد،كما أن إشارته إلى تأثير التوازن أو عدم التوازن بين نسب استخدام وسائل الحس تؤثر على أو تعيد بناء كل قيمنا ومؤسساتنا، وهذا له أهمية كثيرة وتأثير المطبوع ألسطري على منطق التفكير، يعتبر من الأمور الجديرة بالدراسة، ولكن وقع ماكلوهان الأساسي ينبع مما قاله عن التليفزيون، فكلاً من ماكلوهان وهارولد أنيس يعتبران أن نمو وتطور المطبوع إلى عصر التليفزيون الجديد، فهو يرى أن

التليفزيون سوف يعيد التوازن الصحي للحواس، وسوف يجعل الفرد يهتم بأمور أخرى غير شؤونه الخاصة، كما سوف يعيد الأحاسيس القبلية إليه .

فماكلوهان يرى أن مد جهازنا العصبي تكنولوجيا، يغمسنا في حركة تجمع عالمية للمعلومات، وتمكن الإنسان من إدماج البشرية كلها داخله، وإن دور الإنسان المتعلم في العالم الحديث، وهو دور الإنسان الذي يبعد نفسه ويفصل نفسه عن الأمور المختلفة، سوف يتغير ويتحول إلى مساهمة شديدة بسبب الوسائل الإلكترونية التي ستجعلنا مرة أخرى نعود إلى الترابط، ولكن الطبيعة المباشرة لحركة المعلومات الالكترونية تقوم على اللامركزية، وبدلا من توسيع عائلة الإنسان تميل إلى بناء وجود قبلي متعدد، ويظهر هذا بشكل خاص في الدول المتقدمة، حيث يخلق الصراع بين الثقافة القديمة والبطيئة والمجزأة، والثقافة الالكترونية الجديدة أزمة في تحديد الشخصية، وفراغ في الذات، يسبب عنفاً شديداً، بحثاً عن شخصية خاصة أو عامة .

فالتليفزيون سوف يعود بالفرد مرة أخرى إلى التجارب الجماعية للثقافة الشفهية وسوف يشجع المساهمة بدلا من الانسحاب والعزلة، والعمل بدلا من الاقتصار على التفكير، والعلاقات السليمة بدلا من القومية المتطرفة، فهذه النظرة إلى المفيد للتليفزيون في الوقت الذي ينشغل فيه الناس في التحذير من تأثير التليفزيون المادي والعنيف تعتبر من المساهمات الأساسية التي قدمها ماكلوهان .

نظرية التقمص الوجداني

المقدرة على التقمص الوجداني جزء لا يتجزأ من الاتصال، لأنـه يـربط بـين ذهـن المرسـل وذهن المتلقي، والتقمص الوجداني هو المقدرة عن فهم الحالة الذهنيـة لـشخص آخـر، كـأن تقـول لشخص آخر (أنني أفهم مشاعرك) ..كيف يتحقق التقمص الوجداني ؟.. وما هي قيمته للاتـصال في هذه العملية ؟

يكتسب الفرد المقدرة على التقمص الوجداني بالتحرك المادي مـن مكـان إلى آخـر أو عـن طريق التعرض لوسائل الإعـلام، التـي تجعـل التحـرك الـسيكولوجي يحـل محـل التحـرك المـادي أو الجغرافي، وقيمة التقمص الوجداني للاتصال يمكن تلخيصها في أنه لكي نتصل يجب أن يتوافر لنا على الأقل ثلاثة عناصر :

1- وسائل مادية للاتصال
2- رجع صدى
3- مقدرة على التقمص الوجداني

والمقـدرة عـلى الـتقمص الوجـداني، أي عمـل اسـتنتاجات عـن الآخـرين وتغيـير تلـك الاستنتاجات لتتفق مع الظروف الجديدة ، هذه المقدرة معروفة منـذ ألفـي عـام، فقـد أشـار إليهـا أفلاطـون وسـان جـون وسـان أوجـستين وسـان الاكـويني Equnas وبعـد ذلـك سـبينوزا Spinoza في مؤلفـاتهم، وقـد اعتبرهـا آدم سـميث وهربـرت سبنـسر عمليـة انعـاكس بـدائي، وفي هـذا القـرن ناقش الباحثون ليبس Lippsوريبوت Ribot وشلير Scheler التقمص الوجـداني في تحلـيلهم للعطـف ويرجع الفضل في (نحت) كلمة الوجـداني Empathy في اللغـة الإنجليزيـة إلى تيـوردور ليـبس الـذي سماهاFeeling Into وقد طور الباحث جورج ميد نظرية التقمص الوجداني في كتابـهself،Mind and societyفقد افترض ميـد أنـه حيـنما نتوقـع أو نـستنتج مـشاعر الآخـرين، ومـا سـيفعلونه، وحيـنما نخـرج بتنبـؤات تتـضمن الـسلوك الخـاص للإنـسان ، واسـتجاباته الخفيـة ، وحالاتـه الداخليـة

ومعتقداته ، ومعانية،حينما نطور توقعات وحينما نتنبأ نفترض أن لدينا مهارة يسميها علماء النفس بالتقمص الوجداني، أي القدرة على الإسقاط وتصور انفسنا في ظروف الآخرين، ويساعد على تطـوير تلك القدرة، التحرك المادي، من مكان إلى آخر،كذلك تعمل وسائلً الإعلام على تطـوير المقـدرة عـلى التقمص الوجداني بين الأفراد الذين لم ينتقلوا من مجتمعاتهم المحلية أبداً، لأن تلـك الوسـائل تنقـل العالم الخارجي إليهم .

وهناك نظريتان عن التقمص الوجداني :

نظرية تقول أننا نجرب الأشياء مباشرة، ونفس ما يفعله الآخرون وفقاً لخبراتنا، أي نفترض ان جميع الناس سوف يتصرفون بنفس الطريقة التـي نتـصرف بهـا، وإننـا لا نـستطيع أن نتنبـأ بمـا سيفعله الآخرون، إذا لم نمر نحن أنفسنا بنفس التجربة التي يمرون بها .

والنظرية الثانيـة تقـول اننـا نحـاول أن نـضع أنفـسنا في ظـروف ومواقـف الآخـرين، وفي اتصالنا نتحول من الاستنتاجات إلى اخذ أدوار الآخرين، على أساس تنبؤاتنا .

كيف نطور هذه المقدرة على التقمص الوجداني ؟

إن هذا ه سؤال أساسي لطلبه الاتصال ، ولكن للأسف ليس لـدينا رد قـاطع عليـه، فهنـاك بعض النظريات المتعلقـة بـالتقمص الوجـداني تتفـق مـع الأدلـة التـي تـم التوصـل إليهـا بالبحـث، ونستطيع أن نعرف التقمص الوجداني بأنه العملية التي نتوصـل بمقتـضاها إلى توقعـات ، توقعـات عن الحالات السيكولوجية الداخلية الإنسان .

كيف يحـدث هـذا ؟..هنـاك ثـلاث وجهـات نظـر أساسـية عـن الـتقمص الوجداني، فترى إحدى مـدارس الفكـر أنـه لـيس هنـاك تقمـص وجـداني، وإننـا لا نستطيع أن نطور توقعات،الذين يؤيدون هذا الرأي هم من المؤمنين غالبا بنظريـة

التعلم البسيطة المكونة من منبه واستجابة، وأصحاب هـذه النظريـة يقولـون أن كـل مـا لـدينا في عملية الاتصال هو مجموعة من الوسائل، رسالة يقدمها شخص ويدركها شخص آخـر ، بمعنـى آخـر هناك منبهات واستجابات، وهذا كل ما في الأمر. ونظريـة الـتعلم البـسيطة قـد تفـسر الـتعلم غـير البشري عند الحيوان ولكنها لا تفسر سلوك البشر، فالبشر يطورون توقعات، ولـديهم المقـدرة عـلى تصور أنفسهم في حالات وظروف الآخرين النفسية، ولهذا لا نستطيع قبـول الـرأي الـذي لا يعـترف بوجود التقمص الوجداني، وأننا لا نستطيع أن نطور توقعات وتنبـؤات ذلـك لأنـه لا بـد أن تحـدث عملية تفسيرية من نوع ما قبل القيام بالاستجابة وتطوير التوقعات يحتاج إلى موهبة من نـوع مـا، فنحن في حاجة إلى أن نفكر في الأشياء التي ليست أمامنا والتي لم نجربها، ولكي يكون لدينا توقعات ، ولكي نتحدث عن الأشـياء غـير المتـوفرة، نحـن في حاجـة إلى أن نـصنع تلـك الرمـوز ونـؤثر عليهـا فالإنسان يختلف عن الحيوان في أنه يطور كلتا المهارتين التـين حـدثنا عـنهما فهـو قـادر عـلى أدراك الرموز والتأثير عليها، كما أنه يستطيع أن يصنع الرموز لتخـدم أغراضـه، لهـذا الـسبب يـستطيع أن يعيد تقديم الأشياء غير الموجودة أمامه، أي تقديم ما ليس هنا وما لا يحدث الآن، ومن الواضـح أن الإنسان لديه تلك المهارة، بالرغم من أن هناك اختلافات فردية بين الناس .

لهذا يرفض الباحث الرأي الذي لا يعترف بمفهوم التقمص الوجداني، فنحن جميعـاً نتوقـع المستقبل. ونقوم بعمل تنبؤات عن العلاقات بين :

(1) السلوك الذي نقدم عليه،

(2) والسلوك الذي يقدم عليه الآخرون استجابة على سلوكنا.

(3) والاستجابة التالية التي نقدم عليها بناء على سلوك الناس .

فنحن نقوم بأكثر من الفعل ورد الفعل، لأننا نطور توقعات عن الآخرين تؤثر على أعمالنا قبل أن نقوم بتلك الأعمال، وهذا ما نعنيه بالتقمص الوجداني .

وهناك نظريتان معروفتان عن أسس التقمص الوجداني توافق النظريتان على أن المادة الأساسية للتوقعات هي السلوك المادي الذي يقوم به الإنسان وكلتا النظريتين توافقان على أن تنبؤات الإنسان عن الحالات السيكولوجية الداخلية عنده تقوم على السلوك المادي الذي يمكن ملاحظته وكلتاهما تتفقان على أن الإنسان يكون تلك التنبؤات باستخدام رموز تشير إلى ذلك السلوك المادي وبالتأثير على تلك الرموز .

أولا – نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني Inference Theory of Empathy :

تقول نظرية الاستنتاج في مجال التقمص الوجداني أن الإنسان يلاحظ سلوكه المادي مباشره، ويربط سلوكه رمزيا بحالته السيكولوجية الداخلية ، أي بمشاعره وعواطفه.. الخ ، ومن خلال هذه العلمية ، يصبح لسلوكه الإنساني معنى ،أي يصبح (لتفسيراته معنى). يطور الفرد مفهومه عن ذاته بنفسه على أساس ملاحظاته وتفسيراته لسلوكه الخاص .

وبمفهوم الذات، يتصل بالآخرين ويلاحظ سلوكهم المادي، وعلى أساس تفسيراته السابقة لسلوكه وما ارتبط من مختلف المشاعر والعواطف يخرج باستنتاجات عن حالة الآخرين السيكولوجية بمعنى آخر، يقول لنفسه أنه إذا كان سلوكه يعكس كذا وكذا من المشاعر، إذا قام شخص آخر بهذا السلوك فهو أيضا يعكس نفس المشاعر التي شعر بها حينما قام بهذا العمل .

هذا الرأي في التقمص الوجداني يفترض أن الإنسان لديه معلومات من الدرجة الأولى عن نفسه، ومن الدرجة الثانية عن الناس الآخرين يقول أن

الإنسان لديه المقدرة على فهم نفسه، عن طريق تحليل سلوكه الذاتي، ومن هـذا التحليـل يـستطيع الإنسان أن يخرج باستنتاجات عن الآخرين تقوم على أساس أن هناك تماثلاً بين سلوكهم وسلوكه .

ولنأخذ مثـالاً لهـذا، افترض أنـك لاحظـت أنـك تقـوم بـدق المائـدة بيـدك كلـما شـعرت بالغضب، ثم شاهدت شخصاً أخر يدق بيده على المائـدة، حينئـذ سـوف تـستنتج مـن سـلوكه أنـه غاضب، أي أنك تستطيع ان تستنتج أحاسيسه الداخلية من :

(أ) ملاحظة سلوكه.

(ب) مقارنة سلوكه بسلوك مماثل أقدمت عليه وعبرت فيه عن غضبك . .

هذا هو الموقف الذي تأخذه نظرية الاستنتاج المتـصلة بـالتقمص الوجـداني.. فـما هـي الافتراضـات الكامنة فيها ؟

1. إن الإنسان لديه معلومات من الدرجة الأولى عـن أحاسيـسه الداخليـة، ويمكـن أن تكـون ليـه معلومات من الدرجة الثانية عن أحاسيس الآخرين الداخلية .

2. إن الآخرين يعبرون عن أحاسيسهم الداخلية بالقيام بنفس السلوك الذي نقوم به للتعبير عـن مشاعرنا .

3. .إن الإنسان لا يستطيع أن يفهم الحالة الداخلية للآخرين، مـا لم يجـرب تلـك الحالـة بنفـسه، فالإنسان لا يستطيع أن يفهم العواطف التي لم يشعر بها والأفكار التي لم تخطر بذهنه .. الخ .

وسنعالج هذه الافتراضات واحدة بعد أخرى :

أولاً :تقول نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني أن معلومات الإنسان عن نفسه هي معلومات من الدرجة الأولى، وكل المعلومات الأخرى هي معلومات من الدرجة الثانيـة، وسـنناقش هـذا الافـتراض ونحن نستعرض نظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني .

ثانيا : الافتراض الثاني يشير إلى أن كل الناس تعبر عن أحاسيسها بسلوك واحد متشابه في مجموعه، وأن كل الناس يعنون نفس الأشياء بالسلوك الذي يقدمون عليه، ولكن هذا الافتراض لا يمكن قبوله بشكل مطلق ، بل وكثيراً ما يفشل الاتصال بسبب هذا الاعتقاد، فنحن نفترض دائماً أن الشخص الآخر يعطي نفس المعنى الذي نعطيه لكلمة ما، وأن ابتسامة من شخص آخر تعبر عن نفس الحالة الداخلية التي تعبر عنها ابتساماتنا، وأن الآخرين يرون العالم بنفس الطريقة التي نراه بها، لمجرد أنهم يقومون بقدر كبير من السلوك المادي الذي نقوم به.

حقيقة أننا كثيراً ما نتوصل إلى أفكارنا على الحالات الداخلية للآخرين باستنتاجها من حالاتنا الذاتية، كما نربطها بسلوكنا الذاتي، ولكننا ونحن نفعل ذلك كثيراً ما نخطئ، فنحن نفشل دائماً في معرفة ما يحدث في نفوس الآخرين حينما نفترض أنهم مثلنا .

ونحن في حاجة إلى استخدام أسلوب آخر في معالجة التقمص الوجداني يفسر تفسيراً كاملاً نجاحنا في التنبؤ بسلوك الآخرين، وتوقع ذلك السلوك ونحن في حاجة إلى أسلوب يفترض أن الناس ليسوا متماثلين .

علاوة على هذا هناك دلائل تشير بعدم صحة الافتراض الثالث لنظرية الاستنتاج الذي يقول بأننا لا نستطيع أن نفهم المشاعر الداخلية للناس الآخرين ما لم نجربها بأنفسنا، وحقيقة أن الإنسان يفهم بشكل أفضل تلك الأشياء التي جربها بنفسه، ولكنه يستطيع بالرغم من ذلك أن يفهم (على الأقل جزئياً) بعض المشاعر التي لم يجربها، على سبيل المثال نستطيع أن نحس بشعور الأم عندما تفقد طفلها، ونستطيع أن نتصور مشاعر السعادة التي يشعر بها الفرد الذي يتزوج الفتاة التي يحبها، بالرغم من أننا نحن أنفسنا لم نتزوج، فالتجربة تزيد فهمنا، ولكنها ليست أساسية للفهم، والحجج الأساسية في نظرية الاستنتاج

للتقمص الوجداني فيها بعض المزايا، إلا أن نظرية الاستنتاج لا تفسر التقمص الوجداني بشكل يبعث تماماً عن الرضا، لذلك سنهتم بنظرية أخذ الأدوار التي روجها جورج ميد، وتعتبر أنعكاساً لوجهة النظر السيكولوجية الاجتماعية .

- **ثانيا : نظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني :**

إذا افترضا أن معلومات الإنسان من الدرجة الأولى هي عن نفسه، أو أن الإنسان يكوّن مفهوماً معيناً عن ذاته قبل أن يتصل بالآخرين، نستطيع أن نفحص سلوك بعض الأفراد ونحاول أن نفسر نتائج ذلك السلوك على التقمص الوجداني .

إذا نظرنا إلى الطفل الرضيع وكيف يتصرف وكيف يطور قدراته على التقمص الوجداني، نجد أن المادة الرئيسية التي يلاحظها الطفل هي السلوك المادي أي الرسالة السلوكية، والطفل مثل أي شخص آخر يستطيع أن يلاحظ، ويقوم بسلوك عادي ..السؤال الآن هو كيف يطور الطفل تفسيراته عن ذاته وعن الآخرين ؟

إن أصحاب نظرية أخذ الأدوار يدّعون أن الطفل المولود حديثاً لا يستطيع أن يميز أو يفرق عن الآخرين ولكي يطور فكرته عن ذاته يجب أن ينظر الطفل أولاً إلى نفسه كشيء وأن يتصرف تجاه نفسه كما يتصرف تجاه الناس الآخرين، بمعنى آخر فكرة الذات لا تسبق الاتصال، بل تتطور من خلال الاتصال الطفل الصغير يقلد كثيراً، فهو يلاحظ سلوك الآخرين ويحاول أن يقلد سلوكهم بقدر الإمكان، بعض السلوك الذي يقلده سلوك موجه إليه، فأمه تحدث أصواتا حين تتحدث في وجوده، ويبدأ الطفل في تقليد تلك الأصوات ووالده يحرك عضلات وجهه (يبتسم) في وجوده فيبدأ في تقليد حركات الوجه هذه، وبتقليد السلوك الموجه إليه يبدأ الطفل بنفسه في التصرف، كما يتصرف الآخرون نحوه، ولكن ليس لديه تفسير لتلك الأعمال أو التصرفات، وليس لتصرفاته معنى عنده، هذه هي بداية أخذ الأدوار وبداية تطوير الذات، وفي المرحلة

الأولى من مراحل أخذ الأدوار يمارس الطفل فعلاً أدوار الآخرين بدون أن يفسرها يقلد سلوك الآخرين، ويجازى على استجاباته التي يأخذ فيها أدواراً، فيترك الاستجابات التي لا يرضى الآخرون عنها، في حين يستبقي الاستجابات التي حظيت بقبولهم .

وبتطور الطفل يزداد سلوكه الذي يأخذ فيه أدوار الآخرين، ويتصرف نحو نفسه بشكل متزايد، بنفس الطريقة التي يتصرف بها الآخرون نحوه، في نفس الوقت، يتعلم أن يصنع مجموعة من الرموز ويتحكم فيها، يصنع رموزاً لها معنى عنده وعند الآخرين، وحينما يزود الطفل بمجموعة من الرموز، يستطيع أن أ يبدأ في فهم الأدوار التي يأخذها، ويستطيع أن يفهم كيف سيتصرف الآخرون نحوه، كما يستطيع أن يبدأ فعلاً في وضع نفسه في أماكن الآخرين وينظر إلى نفسه بالطريقة التي ينظر بها الناس إليه، وكثيراً ما نشاهد أطفالاً صغاراً يبلغون من العمر عامين أو ثلاثة يلعبون بإقامة حفلات شاي يتخيلونها ونسمعهم يؤنبون بعضهم البعض، بصنع رسائل كانت قد وجهت إليهم، مثل احمد يجب ألا تفعل ذلك وألا حرمتك من الحلوى، أو لا يا زينب، ليست هذه هي الطريقة التي يجب أن تجلسي بها على المائدة .

حينما يتصرف الطفل بهذا الشكل، فهو ينظر إلى نفسه كمحور للسلوك، أي ينظر إلى نفسه على أنه شيء خارجي، فهو يلعب دور الوالدين، ويضع نفسه في مكان الوالدين، هذه هي المرحلة الثانية من مراحل اخذ الأدوار، وفيها يلعب الطفل أدوار الآخرين بفهم، وحينما ينضج الطفل يقوم بأدوار الآخرين الأكثر تعقيداً، وباستخدام الرموز يستنتج أدوار الآخرين ويحتفظ بتلك الأدوار في ذهنه، بدلاً من القيام بأدوار الآخرين مادياً، هذه هي المرحلة الثالثة من مراحل القيام بدور، وهي المرحلة التي يبدأ فيها الطفل في وضع نفسه في أماكن الآخرين رمزياً، بدلاً من وضع نفسه مكانهم مادياً .

وحينما يضع الطفل نفسه في مكان الأطفال الآخرين، يطور توقعات عن سلوكه الذاتي أي عما هو متوقع منه في هذه الظروف، ثم يتصرف بعد ذلك وفقاً لتلك التوقعات، كما يحددها أخذه لأدوار الآخرين، إذا قام بعمل جيد، وهو يأخذ الأدوار سيتفق سلوكه مع توقعات الآخرين وسيكافؤنه، وإذا لم يقم بما هو متوقع منه في اخذ الأدوار لن يكافئ، بل سيعاقبه الآخرون، وباستمرار، بالمساهمة في نشاط الجماعة، يمارس الطفل أدواراً كثيرة يقوم بها الآخرون، وفي قيامه بتلك الأدوار ينظر إلى نفسه كمتلقي، وكمحور للسلوك، وبالتدريج يبدأ في التعميم عن ادوار الآخرين، أي يبدأ في تكوين أفكار عامة عن الطريقة التي سوف يتصرف بها الآخرون، وكيف يفسرون وكيف يستجيبون عليه، ويسمى هذا مفهوم التعميم عن الآخرين، والتعميم عن الآخرين هو عملية تجريدية تقوم على ما يتعلمه الفرد عن الأدوار الفردية الشائعة التي يقوم بها الآخرون في جماعته .

كل منا يطور ويعمم عن الآخرين، على أساس خبراتنا في ظروف اجتماعية معينة، وعلى أساس أدوار الآخرين المتتابعة التي نقوم بها، التعميم عن الآخرين يوفر لنا مجموعة من التوقعات عن الطريقة التي يجب أن نتصرف بها هذا هو ما نعنيه بمفهوم الذات، أي أن مفهوم الذات عندنا هو مجموعة من التوقعات التي نعتنقها، عن الطريقة التي يجب أن نتصرف بها في ظرف معين كيف نطور مفهوم الذات ؟.. أننا نطوره عن طريق الاتصال، وعن طريق أخذ أدوار الآخرين وعن طريق التصرف نحو الآخرين، كمحور للاتصال، وعن طريق تطوير تعميم عن الآخرين.

نظرية الاستنتاج تفترض وجود مفهوم الذات، وتقترح أننا نستطيع أن نتقمص وجدانيا باستخدام مفهوم الذات، لنخرج باستنتاجات عن حالات الآخرين الداخلية، وتقترح نظرية الاستنتاج أن مفهوم الذات يحدد كيف

نتقمص وجدانيا، أما نظرية أخذ الأدوار فتعالج الموضوع من الناحية الأخرى تماماً فتقترح أن مفهوم الذات لا يحدد التقمص الوجداني بدلاً من ذلك الاتصال يؤدي إلى مفهوم الذات، وأخذ الأدوار يسمح بالتقمص الوجداني، كلتا النظريتين تعطيان أهمية كبيرة لطبيعة اللغة والرموز المهمة في عملية التقمص الوجداني وتطوير مفهوم الذات.

أي منهما نصدق ؟.. وكيف يتقمص الإنسان وجدانيا ؟ ..نقول أن الإنسان يستخدم كل تلك الأساليب في التقمص الوجداني، فالإنسان يبدأ بأخذ الأدوار، فكل منا يأخذ أدوار الآخرين، وكل منا يعمم عن الآخرين والطريقة التي ننظر بها إلى أنفسنا يحددها مفهومنا أو أسلوبنا في التعميم عن الآخرين، والمضمون الاجتماعي الموجود وتوقعات الآخرين عن سلوكنا حينما ننضج نطور أو نبني مفهوم الذات، ثم نعمل وفقاً له، نبدأ الآن في عمل استنتاجات عن الآخرين، تقوم على أساس مفهومنا عن الذات، فنقلل من قيامنا بأدوار الآخرين، ونزيد من استخدامنا للاستنتاجات، ونفترض أن الناس الآخرين مثلنا وأن سلوكهم يعكس نفس الحالات الداخلية التي يعكسها سلوكنا ونستمر في القيام بذلك حتى يصبح هذا العمل غير مجزياً .

حينما نتقمص وجدانيا، بعمل استنتاجات ثم لا نجازى عليها نضطر إلى نلجأ إلى حل واحد من حلين أما :

1. أن نحرف سلوك الآخرين الذي ندركه ونجعله يتفق مع توقعاتنا .
2. أو أن نعيد النظر في صورتنا الذهنية عن أنفسنا، ونعيد تعريف ذاتنا، ونعود مرة أخرى إلى أخذ الأدوار .

وإذا لجأنا إلى الحل الأول أي تحريف العالم الذي ندركه، نصبح مرضى بأمراض عقلية، وتصبح لدينا تصورات غير واقعية، وينتهي بنا المطاف في مستشفى للأمراض العقلية، وهذا ليس مرغوباً فيه، ونستطيع أن نتنبأ بأن مشكلة الصحة

العقلية متصلة بعدم مقدرة الإنسان أو عدم رغبته في تغيير صورته الذهنية عن نفسه، حينما يجد أن هذه الصورة غير مجزية في الظروف الاجتماعية المحيطة به.

وماذا عن الحل الثاني البديل، أي إعادة تعريف الذات ؟.. لكي نفعل هذا علينا أن نعود إلى اخذ الأدوار، أدوار الآخرين، وأن نطور مفهوماً جديداً للتعميم عن الآخرين، ومجموعة جديدة من التوقعات عن سلوكنا، حينما نفعل ذلك نعيد أنفسنا ونغير سلوكنا، وفقاً لهذا التعريف الجديد، ونبدأ مرة أخرى في الخروج باستنتاجات عن الناس الآخرين .

حينما نلعب دور شخص آخر، نجمع في وقت واحد نظريتي الاستنتاج وأخذ الأدوار، وحينما نلعب دوراً نحن نقدم في الواقع على سلوك معين، من هذا نستطيع أن نستنتج حالاتنا الداخلية المتصلة بهذا السلوك أو ذاك، ونستطيع أن نستخدم تلك الاستنتاجات في القيام بدور شخص آخر.

فعمليتا القيام بدور والاستنتاج تسيران سوياً باستمرار، فهي تعني أن الإنسان يكيف نفسه، ويستطيع أن يغير سلوكه ليتفق مع الظروف والوضع الاجتماعي الذي يجد نفسه فيه، وذلك بأن يطور توقعات يقوم فيها بأدوار الآخرين أو باستنتاجات، أو يفعل الأمرين معاً .

والسؤال هنا متى نجد أنه من الضروري أن نعيد تعريف الذات ؟.. نشعر بالحاجة إلى ذلك حين ندخل في جماعة جديدة أو نجد أنفسنا في ظروف اجتماعية مختلفة، على سبيل المثال حينما يدخل مراهق الجامعة، يجد نفسه في ظرف اجتماعي جديد، وعندئذ قد تكون استنتاجاته عن الآخرين غير صالحة لحياته الجديدة، لذلك يقوم بعمل تنبؤات خاطئة، وتصبح توقعاته مهزوزة وعادة ما يبدأ في سؤال نفسه هذا السؤال: من أنا في حقيقة الأمر ؟

ماذا يفعل المراهق ؟.. يبدأ في أخذ الأدوار في مرحلة مبكرة، أي يبدأ في تقليد سلوك الآخرين بدون أن يكون لهذا التقليد معنى، وتدريجياً يأخذ أدوار الآخرين من الطلبة أو المدرسين ...الخ، ويضع نفسه في موقف الآخرين وينظر إلى نفسه من خلال أعينهم، وهو إذ يفعل ذلك يطور مفهوماً جديداً عن الآخرين، ومجموعة جديدة من التوقعات عن سلوكه الذاتي، وهكذا يعيد تعريف نفسه، ويبدأ في التصرف وفقاً لهذا التعريف الجديد .

هذه العملية مطلوبة منا، أكثر من مرة، في مواقف كثيرة من حياتنا فحينما ندخل في مجتمع جديد أو ننضم إلى جماعة جديدة أو نسافر إلى حضارة مختلفة، تضعف قدرتنا على التنبؤ، حينئذ يصبح من الصعب أن نصنع استنتاجات أساسها معرفتنا الذاتية، وإذا كأن علينا أن نعمل بفاعلية على تغيير الوضع الاجتماعي، نحن في حاجة إلى أن نأخذ أدوار الآخرين، ونعيد تعريف أنفسنا، عندما يتم ذلك يصبح هذا إلى حد ما علامة على أن الإنسان قد تكيف .

دور وسائل الإعلام في تنمية المقدرة على التقمص الوجداني

(نظرية دانييل لرنر):

يعتبر عالم الاجتماع الأمريكي دانييل لرنر أن المقدرة على التقمص الوجداني من الخصائص الأساسية اللازمة لانتقال المجتمع من الشكل التقليدي إلى الشكل الحديث، ويفترض أن هذه الخاصية كانت تكتسب في الماضي بتحرك الأفراد مادياًن وانتقالهم من مكان إلى أخر، واختلاطهم بالآخرين، في القرن العشرين أصبحت هذه الخاصية تكتسب أساساً عن طريق وسائل الإعلام التي قامت بنقل العالم الخارجي إلى الأفراد الذين لم تتح لهم الفرصة لكي يسافروا أو يتركوا مجتمعاتهم المحلية .

وقد ربط لرنر المقدرة على التقمص الوجداني بتسلسل تاريخي حدث في المجتمعات الغربية، فأشار في استعراضه لانهيار أو زوال المجتمع التقليدي في الشرق الأوسط " بناء على المادة التي جمعها له مركز الأبحاث التطبيقية في جامعة كولومبيا الأمريكية عن ست دول في الشرق الأوسط، وبناء على المادة التعليمية التي حصل عليها عن 54 دولة "على أن هناك مراحل محددة يمر بها المجتمع ليصل إلى المرحلة الحديثة، المدينة تتسع لتشمل القرى المجاورة، نسبة أكبر من الأفراد تتعلم القراءة، وتتعلم كيف تكون آراء، نسبة أكبر تشتري الصحف وتستمع إلى الراديو، ونسبة أكبر تكتسب القدرة على التقمص الوجداني أي تصور نفسها في مواقف وظروف الآخرين، ثم يتسع نطاق المساهمة السياسية والاقتصادية .

ونظرية لرنر مستخلصة من التاريخ، فقد وجد من استعراضه لتطور الديمقراطيات الغربية أن عملية التحضر أظهرت بعض التسلسل والخصائص التي يمكن أن نعتبرها عالمية، أي تحدث في جميع المجتمعات، ففي كل مكان حدث فيه الانتقال إلى المدن زادت نسبة المتعلمين، وزيادة نسبة المتعلمين رفعت نسبة من يتعرضون لوسائل الإعلام، وزيادة التعرض لوسائل الإعلام سارت موازية لاتساع المساهمة الاقتصادية، أي الدخل القومي، والمساهمة السياسية أي الانتخاب، هذا التسلسل الذي حدث في الديمقراطيات الغربية هو حقيقة تاريخية، وقد صحب تلك التطورات التي تظهر في التطور التاريخي خاصية سيكولوجية هي مقدرة الأفراد على تصور أنفسهم في ظروف الآخرين، فقد تميز الغرب في مراحل تطوره الأولى بأنه كان يتسم بأوضاع غير ثابتة، فقد حدثت فيه هجرات مستمرة للوصول إلى أرض جديدة، يستطيع الناس أن يحققوا فيها ربحاً وأصبح الأفراد الذين تركوا أوطانهم يتميزون بشخصيات متحركة، وبقدرة عالية على استيعاب الجوانب الجديدة في الظروف المحيطة .

فقد تحركوا وهم مهيئون ومجهزون لاستيعاب مطالب جديدة عليهم يفرضها محيطهم الخارجي الجديد، أشياء قد لا يكونون قد جربوها من قبل هذا الاستعداد جعلهم قادرين على التقمص الوجداني .

المجتمع التقليدي مجتمع لا يساهم أفراده في أوجه النشاط السياسي والقرابة هي أساس التعامل فيه، وجماعاته الصغيرة منعزلة بعضها عن بعض وعن المركز العاصمة، حاجات المجتمع التقليدي قليلة، فليس هناك تبادل تجاري بين أجزائه المختلفة، وبدون الروابط التي تنشأ نتيجة لاعتماد أجزاء المجتمع بعضها عن البعض يضيق أفق الأفراد، وتقل قدراتهم على التحليل، لأن اختلاطهم بالآخرين بسيط، إن لم يكن معدوماً، لذلك فإدراك أفراد ذلك المجتمع للحوادث يقتصر على ما عرفوه من خبراتهم القليلة السابقة المحصورة في نطاق مجتمعهم الصغير، وهم غير قادرين على فهم ما لم يجربوه بشكل مباشر، كما أن معاملاتهم مقصورة على الأفراد الذين يتصلون بهم مباشرة في علاقاتهم الشخصية، لذلك لا تظهر الحاجة إلى المناقشة بين الأفراد والجماعات في الأمور العامة، التي تتصل بالدولة والنظريات السياسية، أي أن الفرد لا يحتاج للنقاش وتبادل الآراء لكي يتفق مع الآخرين الذين لا يعرفهم، كما أن المجتمع لا يحتاج إليه للوصول إلى الإجماع في الرأي حول الشؤون العامة، لأن تجربة الفرد محدودة بحدود النطاق المحلي جداً، ولا يستطيع ذهنه أن يتصور أنه ينتمي إلى دولة كبيرة وقد سأل لرنر في دراسته عينة مكونة من 1357 فرداً من الشرق الأوسط تسعة أسئلة فيها إسقاط مثل :

إذا كنت رئيساً للحكومة أو محرراً في جريدة أو مديراً لمحطة إذاعة، فما هي الأشياء التي كنت تفعلها ؟.. وقد وجد لرنر أن الأفراد التقليديين يصابون بصدمة من هذا النوع من الأسئلة، ويتعجبون كيف توجه إليهم، أما الذين

تميزون بمقدرة على التقمص الوجداني، فكانوا يتمتعون بشخصيات متحركة وقد جعلهم ذلك أكثر قدرة على التعبير بآراء عن موضوعات في مجالات كثيرة

لا شك أن وسائل الإعلام هي التي زادت من مقدرة الأفراد على التحرك النفسان أو تخيل أنفسهم في مواقف لم يجربوها، وفي أماكن غير الأماكن التي اعتادوارؤيتها، كما عودت أذهانهم على تصور تجارب أوسع من تجاربهم المباشرة المحدودة، وعلى تخيل مناطق لم يشاهدوها .

هذه الخاصية هي التي تميز الإنسان الذي يتغير في المجتمع المتطور، فهو عادة يتميز بشخصية متحركة لها مقدرة على التقمص الوجداني .

وحينما يظهر عدد كبير من الأفراد لهم القدرة على التقمص الوجداني في مجتمع من المجتمعات، نعرف أن هذا المجتمع في سبيله إلى التطور السريع.

فليرنر يرى أن التقمص الوجداني هو الخاصية التي تمكن العناصر الجديدة المتحركة Mobileمن العمل بكفاءة في العالم المتغير، ويرى أنها مهارة لا غنى عنها للشعب الذي يتخلص من الإطار التقليدي، فالقدرة على التقمص الوجداني هي أسلوب الحياة السائد الذي يميز الأفراد في المجتمع الحديث المجتمع الذي يتميز بصناعة متطورة، المجتمع الذي تعيش نسبة كبيرة من سكانه في المدن، المجتمع الذي ترتفع فيه نسبة التعليم، وتزداد نسبة الذين يساهمون من أفراده في الحياة السياسية .

وسائل الإعلام وسيلة لمضاعفة التحرك The Mobility Multiplier

بفضل وسائل الإعلام أصبح في إمكان الفرد أن ينتقل من مكان إلى أخر نفسانيا، أي أصبح في إمكانه أن يتخيل نفسه في ظروف غريبة وأماكن جديدة.

فبدلاً من أن ينتقل الأفراد مادياً من مكان إلى أخر، وهو أمر يتوفر لفئة قليلة فقط، ويكون من أسباب نموهم النفساني والذهني، تدخل وسائل الإعلام

جميع المناطق النائية منها والقريبة، في المجتمعات النامية، وتنقل الأفراد الذين لم يغادروا أبداً مكان مولدهم نفسانيا إلى العالم الخارجي، وتنشط خيالهم وتثير طموحهم، أي أن وسائل الإعلام تنمي القدرة على التقمص الوجداني، عند الأفراد لأنها تجعل التحرك النفساني يحل محل التحرك المادي الفعلي، ونظراً لأن التحضر حالة ذهنية واستعداد للتغيير والتكيف، نجد أن وسائل الإعلام بمساعدتها على تغيير تطلعات الأفراد وآفاقهم تقدم خدمة ضرورية لنمو المجتمع الحديث، وتطور المجتمع التقليدي، وقد أنتشر التقمص الوجداني في وقتنا الحالي على نطاق واسع بفضل انتشار وسائل الإعلام، بينما كانت الخبرة في الماضي تتوافر أساساً عن طريق الانتقال بوسائل المواصلات، من مكان إلى آخر أصبح الأساس اليوم هو الخبرة التي تنتشر عن طريق وسائل الإعلام، وربما كان هذا هو السبب الذي دفعنا للحديث عن التقمص الوجداني في الباب المخصص لوسائل الإعلام .

نظريات الإعلام و السلطة:

يقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف للنظم الإعلامية في دول العالم على نحو ما جاء في كتاب (نظريات الصحافة الأربع) لبيترسون وشرام .

علاقة نظريات الإعلام بفلسفة الإعلام :

هناك علاقة بين نظريات الإعلام وفلسفة الإعلام، ففلسفة الإعلام هي بحث العلاقة الجدلية بين الإعلام وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم وبين ممارساته الفعلية في الواقع الاجتماعي، ويرى النظريون أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام، لأن فلسفة الإعلام أعم واشمل من النظريات، وكثيرا ما شاع استخدام نظريات الإعلام باعتبارها فلسفة

الإعلام أو مذاهب الإعلام، ولكن في واقع الأمر أن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله انعكاسا للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات اجتماعية واقتصادية أو الحديث عن أصول ومنابع العملية الإعلامية(مرسل، ومستقبل ووسيلة ...الخ).

وترتبط النظريات بالسياسات الإعلامية في المجتمع، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وفرص الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها، فهل تسيطر عليها الحكومة، أم لها مطلق الحرية أم تحددها بعض القوانين. وفيما يأتي تلخيص لأهم نظريات الإعلام :

1- نظرية السلطة :

ظهرت هذه النظرية في انجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد على نظريات أفلاطون وميكافيللي، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة، وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص على إصدار المجلات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة.

وتمثل تجربة هتلر وفرانكو تجربة أوروبية معاصرة، في ظل هذه النظرية وقد عبر هتلر عن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله:

"أنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر على الناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة، لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء ."

ومن الأفكار المهمة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعين أن يكون ملتزما أمام الحكومة والزعامة الوطنية .

2- نظرية الحرية :

ظهرت في بريطانيا عام 1688م ثم انتشرت إلى أوروبا وأمريكا، وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حراً في نشر ما يعتقد أنه صحيحاً عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر .

ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق اكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام، أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة، بواسطة المحاكمة .

وترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام، كحق مشروع للجميع .

نقد النظرية :

لقد تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات، حيث أصبحت وسائل الإعلام تحت شعار الحرية تُعرّض الأخلاق العامة للخطر، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة، دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، كما أن الإعلام أصبح يحقق أهداف

الأشخاص الذين يملكونه على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية، وهنا يجب أن ندرك أن الحرية مطلوبة، لكن شريطة أن تكون في إطار الذوق العام، فالحرية المطلقة تعني الفوضى، وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه .

3- نظرية المسؤولية الاجتماعية :

بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات، كان لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة، وذلك بعد أن استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة - ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية - ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة؛ أضف إلى ذلك

أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية .

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة؛ وبإمكان القطاع العام والخاص أن يمتلكا وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية، ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام .

4 -النظرية الاشتراكية :

أن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية التي وضع أساسها ماركس وأنجلز، ووضع قواعد تطبيقها لينين وستالين، في الاتحاد السوفيتي السابق، وما تزال تطبق في بعض البلدان مثل كوريا الشمالية والصين وكوبا وغيرها، يمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فأنها لابد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب أن تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة، وهم في الأساس أعضاء الحزب الشيوعي .

أن المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها مجتمعات لا طبقية، وبالتالي لا وجود لصراع للطبقات، لذلك لا ينبغي أن تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف، ويشكل خطورة على المجتمع.

لقد حدد لينين اختصاصات الصحافة وأهدافها :

1. زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبوجه خاص دكتاتورية الحزب الشيوعي .
2. يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين .
3. تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة .
4. يجب أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ .
5. إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية .

5- النظرية التنموية :

نظرا لاختلاف ظروف العالم النامي، وبخاصة الدول التي ظهرت للوجود في منتصف القرن العشرين، التي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لابد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية الأربع التي استعرضناها، ويناسب هذا النموذج أو النظرية أو الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية، فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمنانيات من القرن الماضي، وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة "واك برايل" حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، فهذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التي أشرنا إليها في السابق، وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح .

إن المبادئ والأفكار التي تضمنتها هذه النظرية تعتبر مهمة ومفيدة لدول العالم النامي، لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية.

كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات؛ وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية، حسب الظروف السائدة، إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية، وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي .

وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية :

- إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة .
- إن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع .
- يجب أن تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه .
- أن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا .
- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار .
- أن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية .

6- نظرية المشاركة الديمقراطية :

تعد هذه النظرية أحدث إضافة لنظريات الإعلام وأصعبها تحديداً، فقد برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، فالنظرية قامت كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت رداً على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة، التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية، وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية .

فالدول الأوروبية التي اختارت نظام الإذاعة العامة، بديلاً عن النموذج التجاري الأمريكي كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والممارسة العاجلة للإعلام، ولكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الإحباط وخيبة الأمل بسبب التوجه النخبوي لبعض منظمات الإذاعة والتلفزيون العامة، واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية ولمراكز القوى في المجتمع، كالأحزاب السياسية ورجال المال ورجال الفكر .

ويعبر مصطلح "المشاركة الديمقراطية" عن معنى التحرر من نظام الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية، والذي أصبح مسيطرا على الساحة ومتجاهلاً للأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري، الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.

وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، ومن

منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فأن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام .

وهكذا فأن النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام، وتركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقته ومجتمعه، وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام، ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع؛ ووسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقد فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها.

وتتلخص الأفكار الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية :

1. إن للمواطن الفرد والجماعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحددونها .
2. إن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا ينبغي أن يكون خاضعا للسيطرة المركزية القومية .
3. إن سبب وجود وسائل الإعلام أصلا هو لخدمة جمهورها وليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل أو المهنيين العاملين بوسائل الإعلام .
4. إن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية .

5. إن وسائل الإعلام صغيرة الحجم والتـي تتـسم بالتفاعـل والمـشاركة أفـضل مـن وسـائل الإعـلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد .

6. إن الاتصال أهم من أن يترك للإعلاميين أو الصحفيين.

نظريات الإعلام في الدول النامية

إذا كانت نظريات الإعلام الغربية قد ركزت عـلى الحقـوق والحريـات والتـأثيرات الـسياسية لوسائل الإعلام، فأن النظريات التي اهتمت بتفسير واقع الأنظمة الإعلامية في دول العالم الثالـث أو الدول النامية، قد ركزت على طبيعة الـدور الـذي ينبغـي أن تـسهم بـه وسـائل الإعـلام في تحقيـق التنمية الشاملة والمستقلة، وتبرز في هذا الإطار نظريتان أساسيتان :

اولاً-النظرية التنموية :

صحافة التنمية كما يعرفها "ليونارد سوسمان" هي تركيز الصحفيين الموضوعيين عـلى أخبـار أحدث التطورات في مجـالات التنميـة المختلفـة، الأمـر الـذي يـؤدي إلى نجـاح التنميـة الاقتـصادية وتحقيق الوحدة الوطنية.

وتتطلب صحافة التنمية من الصحفي كما يقول "ناريندر أجاروالا" أن يتفحص بعـين ناقـدة ويقيّم ويكتب عن مدى ارتباط المشروع التنموي بالحاجات المحلية والقومية ويتفحص الاختلافـات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف بين آثارها على الناس في تصريحات المسئولين وبين آثارهـا الفعليـة، ونلاحظ هنا التناقض بـين الاسـتخدام الحكـومي للـصحافة في خدمـة التنميـة، وبـين الـدور الرقـابي للـصحافة في ظـل الـسيطرة الحكوميـة بتراجـع النقـد وتتحـول أخبـار التنميـة إلى دعايـة سياسـية للحكومة وقيادتها.

ووفق هذه النظرية تتلخص مهام وسائل الإعلام في عملية التنمية في النقاط التالية:

- تشكيل اتجاهات الشعب وتنمية هويته الوطنية.
- مساعدة المواطنين على إدراك أن الدولة قد قامت بالفعل على أداء التزاماتها على الوجه الأكمل.
- انتهاج سياسات تقررها الحكومة بهدف المساعدة في تحقيق التنمية الوطنية.
- تشجيع المواطنين على الثقة بالمؤسسات والسياسات الحكومية مما يضفي الشرعية على السلطة السياسية ويدعم مركزها.
- الإسهام في تحقيق التكامل السياسي والاجتماعي من خلال تجنب الصراعات السياسية والاجتماعية وإحباط أصوات التشرذم والتفرقة والتخفيف من التناقضات في القيم والاتجاهات بين الجماعات المتباينة.
- المساعدة في الاستقرار والوحدة الوطنية وتغليب المصلحة الوطنية على المصلحة الذاتية.
- إبراز الإيجابيات وتجاهل السلبيات وتقليل حجم النقد إلى حجمه الأدنى.

وتأسيساً على ذلك تبرز قضية سوء استخدام صحافة التنمية خاصة في إطار الاحتكار الحكومي للصحف، حيث تتحول طاقات الصحف لخدمة هدف تدعيم مركز السلطة السياسية وتصبح أهداف التنمية الوطنية ذات أهمية ضئيلة، وتتحول حرية الصحافة كما يشير "جراهام مايتون" لتبدو نوعاً من الترف الفكري في نظر المتحمسين لمفهوم صحافة التنمية، ويوضح فاروق أبو زيد أنه في الدول العربية التي ادعت ضرورة توجيه الصحافة لخدمة التنمية والقضايا القومية انتهى الأمر بتوظيف الصحف لتدعيم النظام السياسي الحاكم والترويج لأفكاره والدفاع عن سياساته.

وهكذا فلم تلبِ هذه النظرية واقع الأنظمة الاتصالية في دول العالم الثالث، الأمر الذي يؤكد الضرورة إلى صياغة نظريات جديدة من إنتاج مفكري العالم الثالث، بحيث تخاطب الواقع بمفهومه وتعقيداته المتشابكة.

ثانياً- نظرية التبعية الإعلامية :

ظهرت هـذه النظريـة في دول أمريكـا اللاتينيـة، في حقبـة مـا بعـد الاسـتقلال كـرد فعـل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الـدول الناميـة، وتـتلخص في أن مـا تقدمه الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية وأنظمـة وممارسـات مهنيـة إعلاميـة ومـواد وبـرامج إعلامية للدول النامية لاستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعيـة الإعلاميـة لهـذه الـدول، وزيـادة اعتمادها على الدول الصناعية المتقدمة .

ويقول أهم منظري هذه النظرية "شيلر وماتللارات وبويد باريت" أن هـذه التكنولوجيـا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تـشويه البنيـات الثقافيـة في دول العالم النامي، وتسهم في إحداث سلبيات عديدة مثل خلق الثقافة المهجنة والتغريب الثقافي والغزو الثقافي، وفي هذا الإطار جاءت جهود منظمة اليونسكو التي أسهمت في تقديم منظور نقدي يتميز بالشمول والموضوعية في محاولة لتجاوز الرؤى الجزئية التي تسعى إلى تسييد الرؤية الغربيـة في الإعلام والاتصال، مما ترتب عليه تجاهـل وإغفـال الحقـوق الاتـصالية لـشعوب الجنـوب، ولقـد حرصت لجنة "ماكبرايد" على طـرح تـصور شـامل يتـضمن رؤيـة ومطالـب دول الجنـوب في مجـال الاتـصال والإعـلام حيـث أبـرز تقريرهـا ضرورة المبـادرة إلى تطـوير المفهـوم التقليـدي الـسائد عـن سياسات الاتصال والعمل على تغيير الهياكل الاتصالية السائدة والأخذ بالنظام المفتوح في الاتـصال الـذي يتيح إشراك الجماهير في العملية الاتصالية، وتكشف لنا النظرة المتعمقة لتجـارب العـالم الثالـث حقيقـة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعـة ومـضللة ومـستهدفة في الأسـاس إضـفاء الـشرعية عـلى الـسياسات الاسـتبدادية للـسلطات الـسياسية الحاكمـة، واعتمادهـا

على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات، إلى جانب القوى المحلية ذات النفوذ السياسي والاقتصادي.

نخلص مما سبق إلى أن نظرية التبعية الإعلامية قد أعطت اهتماماً متزايداً للأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية في تفسيرها للعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية ودورها في إطار التبعية الإعلامية والغزو الثقافي. .

إلا أنه يؤخذ عليها مبالغتها في تقدير أهمية المتغيرات الخارجية وتأثيرها في الأنظمة والسياسات الاتصالية لدول العالم الثالث، الأمر الذي يقلل كثيراً من أهمية المتغيرات الداخلية فبالرغم مما تمثله الضغوط الدولية من أهمية إلا أن صياغة السياسات الإعلامية مسؤولية وطنية في المقام الأول ويفترض فيها أن تعكس الإرادة الشعبية تصون الذاتية الثقافية.

وأياً كأن الأمر فإن نظرية التبعية الإعلامية في حاجة إلى جهود جديدة لمراجعتها على ضوء المتغيرات الدولية التي برزت في أواخر الثمانينيات، ابتداءً بانهيار الشيوعية وسقوط القطبية الثنائية ومروراً بالنظام العالمي الجديد، وما سمي بعولمة الاقتصاد والسياسة، وانتهاءً بالثورة التكنولوجيا في عالم الاتصال والحديث عن عولمة الثقافة وصراع الحضارات.

ويمكننا أن نحدد الأنظمة الإعلامية السائدة في العالم الثالث على النحو التالي:

- نظام إعلامي يقع تحت سيطرة الدولة في إطار مفهومي التنمية والوحدة الوطنية والرقابة تكون صارمة على المضمون.
- نظام إعلامي موجه من الدولة: تكون الوظيفة الأساسية للصحافة تعبئة الجماهير من أجل التنمية وتدعيم الوحدة الوطنية فتحل المسؤولية القومية محل المسؤولية الاجتماعية.

- نظام إعلامي مستقل تتمتع فيه الصحافة بقدر من الحرية بعيداً عن التدخل المباشر للحكومة وتستطيع الصحافة في ظله أن تظهر استقلالية عنيفة في مواجهة الضغوط الحكومية.

ولعل هذا التصنيف أكثر مرونة في تصنيف الأنظمة الإعلامية في العالم الثالث، فمن الصعب إخضاعها لتصنيفات جامدة نظراً لما تتضمنه من تناقضات وتعقيدات.

الفصل الثانى

الأصول النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام

مدخل الاستخدامات والاشباعات

- الاستخدامات : وتعني استخدام الجمهور للوسيلة الاعلامية .

- الاشباعات : وتعني اشباع احتياجات الجمهور المتلقي من مضمون الوسيلة الاعلامية .

النشأة

نشأت نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباعات على يد (الياهو كاتز) العام 1959 ، حيث تحول الانتباه من الرسالة الاعلامية الى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة ، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الاعلام الطاغية ، حيث كان الاعتقاد بأن متابعة الجمهور لوسائل الاعلام تتم (وفقاً للتعود على الوسيلة الاعلامية وليس لأسباب منطقية)[1] كن نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباعات له رؤية مختلفة تكمن في ادراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الاعلام وتحكم عملية استخدام جمهور المتلقين للوسيلة الاعلامية عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها : الخلفيات الثقافية ، الذوق الشخصي للفرد ، أسلوب الحياة ، السن الجنس ، مقدار الدخل مستوى التعليم ، المستوى الاقتصادي .

اذ (أن لكل هذه المتغيرات أو لبعضها تأثير على اختيارات الفرد للمضامين الاعلامية التي يريد متابعتها) [2] وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الاعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور الى ما يفعله الجمهور بالرسالة ومن هنا يختلف هذا (المدخل) عما سبقه حيث انه يركز على خصائص الجمهور ودوافعه انطلاقاً من مفهوم الجمهور (الايجابي) الذي

[1] نهى عاطف العبر / أطفالنا والقنوات الفضائية / الاكاديمية الدولية لعلوم الاعلام / دراسة ميدانية / القاهرة / 2005 ص 18

[2] Werner , Sevrin . James , W . Communication Theoties : Origins , methods and uses in the media / New york / HastingsHouse Oublishens / 1992 p . 250

(يستخدم) رسالة اعلامية معينة لـ (اشباع حاجة أو حاجات معينة) أو لتحقيق منفعة ما بعيداً عن مقولة (التعود) ، وبهذا أصبح على القائمين بمهمة الاعلام جهداً مضاعفاً وهو التعرف على اتجاهات وأذواق المتلقين بالاضافة الى (صنع الرسالة الاعلامية التي تتناسب مع توجهات ورغبات واحتياجات جمهور المتلقين ورغبات وامكانات الاعلامي)[1].

واستناداً الى فروض مدخل (الاستخدامات والاشباعات) فأن الجمهور المتلقي يقوم باختيار المادة الاعلامية التي يرى انها تشبع احتياجه ومن ثم يتم اختيار الوسائل أو الرسائل الاعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات ويمكن الاستدلال على المستوى والمعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما (من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال مضمون الرسالة الاعلامية التي تؤديها هذه الوسائل)[2].

وقد تجاوز مدخل الاستخدامات والاشباعات المفهوم الذي كان سائداً بأن الجمهور هو مجرد متلقي سلبي، فبظهور هذا المدخل ظهر أيضاً مفهوم (الجمهور النشط) الذي يبحث عن المضمون الاعلامي الذي يلبي (اشباعاته) ويناسبه من حيث الثقافة والدخل والجنس والتوجه (وبات هذا الجمهور يتحكم باختيار الوسيلة الاعلامية التي تقدم المضمون الذي ينشده) [3]، الأمر الذي تجدر الاشارة اليه هنا هو أن المضمون الاعلامي الواحد يحقق اشباعات متفاوتة لدى

---

(1) ملفين . ب . ديفيلير / نظريات وسائل الاعلام / ترجمة كمال عبد الرؤوف / الدار العربية للنشر والتوزيع / القاهرة ص 235

(2) فرج الكامل / بحوث الاعلام والرأي العام ، تصميمها واجراؤها وتحليلها / دار النشر للجامعات / القاهرة 2001 ص 88.

(3)Watson , James : Media Communication / Hong Kong / Macmillan Press . 1998 / P . 62

فئات من الجمهور ، فمثلاً برنامج يحوي مشاهد عنف (قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة للبعض ومادة تعليمية بالنسبة للبعض الآخر) [1].

والعكس صحيح أيضاً وذلك استناداً الى الدوافع التي حدت بالمتلقي الى التعرض لهذا البرنامج أو ذاك وهذا يتوقف بالطبع على (الاشباعات) التي يحققها هذا (التعرض) بالنسبة للمتلقي.

وعليه فأن نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباعات اختلف عن سابقاته من النظريات والمداخل من كونه تناول بتركيز مكثف (خصائص الجمهور الذي يتعرض للوسيلة الاعلامية من حيث الخصائص والدوافع بعيداً عن مقولة التعود والقبول بما يقدم له)[2].

مراحل التطور

يمكن رصد ثلاث مراحل لتطورمدخل (الاستخدامات والاشباعات) وهي:

* **مرحلة الطفولة** : ويتم فيها اختيار المتلقين أشكالاً مختلفة مما يقدم من محتوى في الوسيلة الاعلامية وقد امتدت هذه المرحلة من خلال عقدي الاربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي .

* **مرحلة المراهقة** : ويتم فيها التركيز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي الى اختيار انماط مختلفة من الوسائل الاتصالية اعتماداً على ما تتيحه من استخدامات وما تحققه من اشباعات (أي أن جمهور المتلقين يتجه الى اختيار وسيلة اتصالية معينة ومحدودة لاشباع حاجات معينة ومحددة لديه أيضاً) [3] وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينيات من القرن الماضي .

[1]أماني فهمي / دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية / المجلة المصرية لبحوث الاعلام / العدد الثاني / القاهرة / 1997 ص 121- 123

[2]Mcquail , Denis , Mass communication Theory : anintroduction / London : Sage Publications / 2000 / P . 368

[3] هبة شاهين / استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية / دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة دكتوراه غير منشورة / القاهرة – كلية الاعلام جامعة القاهرة / 2000 ص 239

* **مرحلة تكون الشخصية (البلوغ):** ويتم التركيز فيها على الاشباعات المتحققة من مشاهدة وسائل الاتصال وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي وحتى وقتنا الحاضر .

الأهداف والفروض

حقق مدخل (الاستخدامات والاشباعات) عدة أهداف منها :

- ايجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقين للوسائل الاعلامية على اختلافها بهدف اشباع حاجات معينة لديهم .
- فهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية وأنماط التعرض المختلفة.
- الوقوف على ما يترتب من نتائج على مشاهدة وسائل الاتصال .
- الفروض التي يحققها مدخل (الاستخدامات والاشباعات) فهي :
- يستخدم الجمهور المتلقي المعروض الاعلامي بما يحقق اشباعاً لاحتياجاته .
- تمكين (الجمهور النشيط) من تحديد دوافعه واحتياجاته (وبالتالي تمكينه أيضاً من اختيار الوسيلة الاعلامية التي تحقق له ذلك) [1].
- يمكن أن تعطي استخدامات المتلقين للوسيلة الاتصالية دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقين .
- يعبر استخدام الجمهور (النشيط) لوسيلة اعلامية معينة عن ادراكه لامكانية هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته .
- تتنوع الحاجات بتنوع واختلاف الأفراد من حيث الحس والادراك والمستوى الثقافي والاجتماعي والسياسي (وبالتالي تتنوع وسائل الاتصال التي يستخدمها الجمهور لاشباع الحاجات).
- يتجه الجمهور (النشيط) الى تكملة بنية احتياجاته من خلال وسائل وقنوات اتصالية أخرى مثل الأندية والسينما والملتقيات الثقافية عند احساسه بقصور

---

[1] محمد عبد الحميد / البحث العلمي في الدراسات الاعلامية / القاهرة / 2000 ص 15

وسائل الاتصال المتاحة عن تلبية احتياجاته، وهذا ما يوجد حالة تنافسية بين الجانبين (وسائل الاتصال والقنوات الأخرى).

أهم نماذج المدخل

نموذج كاتز وزملائه[1]

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية للجمهور هي التي تحدد العلاقة بين المتلقين والوسيلة الاتصالية القادرة على تلبية احتياجاتهم ، والصراع الاجتماعي يشكل ضغطاً على المتلقي يدفعه الى البحث عن وسيلة الاعلام التي تلبي احتياجاته .

نموذج ويندال [2]

يتناول ويندال في نموذجه العلاقة بين كل من (الاستخدامات) و (الاشباعات) والعلاقة الرابطة بينهما ، ويرى في نموذجه هذا أن { المتلقي يرسم مسبقاً توقعات لما يمكن أن يحققه (مضمون) الوسيلة الاعلامية المستهدفة بعد اجراء مفاضلة بين هذه الوسيلة المختارة والوسائل الأخرى

نموذج روز نجرين [3].

يتناول النموذج مجموعة العوامل التي يتشكل منها مدخل (الاستخدامات والاشباعات) وهي الحاجات الاجتماعية والبايلوجية والنفسية الموجودة لدى الانسان حيث تتفاعل هذه الحاجات مع الاطار المجتمعي وخصائص الفرد ، وهنا يلجأ الفرد الى الوسيلة الاعلامية التي يرى في مضمونها حلاً لمشكلاته واشباعاً لحاجاته .

---

[1] محمد عبد ألحميد/ نظريات ألأعلام وأتجاهات ألتأثير/ مصدر سابق..

[2]Windhal . G . Uses and Gratification at the crossoad Mass Communication Revie . USA : sage publishcation , 1981 : P 203

(3) حسن عماد مكاوي – سامي الشريف / نظريات الاعلام / مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح / 2000ص189و ص209

عناصر المدخل

يتكون مدخل الاستخدامات والاشباعات من العناصر التالية :

١- مفهوم الجمهور غير الخامل (النشيط) .

قديماً اعتبرت بعض النظريات الاعلامية مثل نظرية (الرصاصة) التي جاء بها (ولبر شرام) أو نظرية (الحقنة تحت الجلد) الجمهور المتلقي (متلقياً) سلبياً يقبل مائة بالمائة الرسائل التي تبثها الوسائل الاعلامية ، لكن مع ظهور مدخل (الاستخدامات والاشباعات) ظهر مفهوم الجمهور غير الخامل (النشيط) الذي يبحث عن المضمون الاعلامي المناسب له الملبي لحاجاته ، حيث بات هذا الجمهور يتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المضمون أو المحتوى ويعرف ذلك ب (الانتقاء النسبي) أو ب (توقع المكافأة) وهو(الموازنة بين قدر الاشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل المجهود المبذول للحصول على هذا الاشباع)[1]

ويتحدد مفهوم الجمهور النشيط بما يلي :

- الانتقائية في الاختيار : حيث يقوم الجمهور باختيار وسيلة اتصالية معينة ويختار التعرض لمضمون معين فيها . (ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتين : الادراك والتذكر)[2].

- **الانتفاع** : حيث أن جمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة .

- **الاختيار المتعمد** : يتعمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة اعلامية معينة لاشباع حاجة ما ، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة الاعلامية .

[1]Mcquial , Denis USA – Mcgrawhill , 2002 . P . 149

[2] صفا فوزي / علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الالكترونية – دراسة ميدانية على عينة من أطفال الريف والحضر بين (12– 18) سنة / رسالة ماجستير / القاهرة / 2003 ص 167 – 195

- **الاستغراق :** ويحدث على المستوى الادراكي والتأثيري والسلوكي، حيث أن استغراق الجمهور مع المضامين الاعلامية وخاصة التلفزيون (يعتمد على مدى توحد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية) .[1]

- **محدودية التأثير** : هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه (فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء أو أحد)[2] ـ وطورت (لين – 1990) [3]

مفهوم نشاط الجمهور الى ثلاث مراحل هي :

-**المرحلة الأولى** : تتم قبل التعرض ، وتتمثل في التخطيط المسبق قبل التعرض للوسيلة الاتصالية .

- **المرحلة الثانية** : تتم أثناء التعرض وتتمثل في الاستغراق في المضمون الذي يتم التعرض اليه .

- **المرحلة الثالثة** : تتم بعد التعرض وتتمثل في الاستفادة من المضمون الذي تم التعرض اليه من خلال استخدامه في الاتصال الشخصي.

2- الاصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال

يعود الفضل في اكتشاف العلاقة بين الاصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض لوسائل الاتصال الى الباحثة (ماتيلدا رايلي) حيث تناولت رايلي هذه الأصول من حيث :

---

[1] عادل عبد الغفار / استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي / رسالة ماجستير / القاهرة / 1995 ص 11 – 14

[2] هبة أمين شاهين / استخدامات الجمهور في مصر للشبكة الاخبارية المصرية / دراسة ميدانية – رسالة ماجستير / القاهرة 1996 ص 12

[3] مرهان الحلواني / اتجاهات المراهقين نحو الأفلام السينمائية التي تبثها القنوات الفضائية / المؤتمر العلمي السنوي الثالث لكلية الاعلام / الاعلام بين المحلية والعالمية / القاهرة 1997ص 119

آ- الاصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال .

- لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي وانما (باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة)

وعليه فأن العوامل الديموغرافية والاجتماعية مثل، النوع، السن، المهنة، المستوى العلمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي لها تأثيرها في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وبذلك (تبين فشل مفهوم الجمهور السلبي بعد ظهور مدخل الاستخدامات والاشباعات).

ب- الاصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال .

تؤدي العوامل النفسية في بعض الأحيان الى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة الى اشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الاعلام حيث يقوم مدخل الاستخدامات والاشباعات على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين اعلامية مختلفة وفقاً للظروف النفسية بينهم ، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم (وتحقق مشاهدة التلفزيون مثلاً العلاج لمثل هذه المشكلات).

أنواع الحاجات المشبعة :

- تعرف الحاجة بأنها افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والاشباع و (تقسم الحاجات الى قسمين) أساسية : مثل الحاجات الفيزيولوجية والنفسية.

- ثانوية : مثل الحاجات المعرفية .

4- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال

تخلق حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية توقعات لاشباع حاجاته من

خلال التعرض الى وسائل الاتصال و (تعد التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض لوسائل الاتصال) [1] وهو مفهوم جوهري يتلاءم مع مفهوم (الجمهور النشيط) حيث انه اذا كان على الجمهور الاختيار بين بدائل اتصالية وغير اتصالية أخرى طبقاً لاحتياجاتهم فلابد أن يكونوا على درجة كافية من الوعي ببدائل تكون أكثر اشباعاً لاحتياجاتهم ، حيث أن السلوك الاتصالي للأفراد ينشأ من التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال(أن يكون لهذا السلوك اسهامه في اشباع احتياجاتهم المختلفة).

وبهذا تحسب عمليتي التوقع والتقييم في استخدام الوسائل الاتصالية كمدخل هام للكشف عن طبيعة المضمون الاتصالي الذي يبحث عنه الفرد لاشباع حاجاته علماً أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال تتغير وتتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال وتعدد الوسائل الاتصالية، وكلما (تعددت هذه الوسائل كلما تحسنت ظروف وحرية الاختيار بما يلبي اشباع حاجات الجمهور) [2]، حيث أن الجمهور المحدد بوسيلة اتصالية واحدة يكون أمامه مجال واسع للاختيار و لا تعبر مشاهدتهم للمضامين المقدمة من هذه الوسيلة عن ضرورة اشباعها لبعض الحاجات لديهم .

5- اشباعات وسائل الاتصال .

يتم وفق مدخل (الاستخدامات والاشباعات) أن يختار الجمهور من بين الوسائل الاعلامية المتاحة أمامه ومن مضامينها ما يمكن أن يشبع حاجاته ويلبي

[1] Conway . Toseph C . Rubin , Alan . Psychological Predictiors of Tv viewing motivation . ln : commuication Research . vol . 18 , uo . 4 . 1991 . P

343

[2] السيد بهنسي حسن / مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام / المجلة المصرية لبحوث الرأي العام – العدد 13 / القاهرة / 2001 ص 12

رغباته بغية (الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشـباعات) [1] وهنـاك امكانيـة ربـط محتـوى الرسالة بالاشباعات المتحققة ، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق اشـباعات مختلفـة مثل التنفيس والتخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية .

أما برامج الأخبار والمعلومات فتحقـق اشـباعاً معلوماتيـاً (يتمثـل في الحـصول عـلى المعلومـات والخبرات والمهارات)[2] وتتأتى الاشباعات (المطلوبـة والمتحققـة) مـن الوسـائل الاتـصالية مـن خـلال مصادر رئيسية ثلاثة تتمثل في محتوى أو مضمون الوسيلة الاعلامية من (خلال التعرض الى مـضامين برامجية محددة) [3]أو تتمثل في التعرض لوسيلة اعلامية معينة ومن شأن ذلك أن يـشبع احتياجـات معينة للفرد المشاهد مثل الترفيه والتنفيس والاسترخاء والهروب من مـشكلة مـا أو تتمثـل أيـضاً في الاطار المجتمعي عند المشاهدة كأن يكون التعرض للوسيلة من خلال المـشاركة مـع آخـرين كـأفراد الأسرة أو الأصدقاء أو بشكل منفرد وهنـا (تحـل الوسـيلة الاعلاميـة مكـان هـؤلاء الأفـراد أو تكمـل أدوارهم على أقل تقدير)(4).

*** السلبيات الموجهة والايجابيات المحققة للمدخل .**

الــسلبيات الموجهــة لمــدخل (الاســتخدامات والاشــباعات) تتمثــل في الانتقادات الموجهة اليه وأولها ادعـاء (المـدخل) أن الجمهـور يختـار الوسـيلة بمـا يحققه له (المضمون) بحرية تامة وبناء على الاحتياج فقط هـو (أمـر ربمـا يكـون

[1] أشرف جلال حسن / صورة المرأة كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية / دراسـة تحليليـة ميدانيـة مقارنـة / الدار المصرية اللبنانية – القاهرة 2005 ص 492

[2] عادل فهمي البيومي / دور التلفزيون المصري في تكوين الوعي الاجتماعي ضد الجريمة / دراسة تحليليـة ميدانيـة / رسالة دكتوراه – القاهرة كلية الاعلام – جامعة القاهرة 1993 ص 8

[3] حسين أبو شنب / استخدام الطفل الفلسطيني للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة / المؤتمر العلمـي الـسنوي { نحو رعاية أفضل لطفل الريف } معهد الدراسات العليا للطفولة / جامعة عين شمس 1992 ص 432

[4] محمود المشمشي / دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية في دولة الامـارات العربيـة المتحـدة – رسـالة دكتوراه { المنيا – كلية الآداب – جامعة المنيا } 2002 ص 32

مبالغ فيه) [1] حيث أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه ، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الاعلامية المتقدمة ، كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الاعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي أو النشيط الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة واشباع حاجات

بعينها كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار (فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز ، فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور هو سلوك عادي) [2] يحدده وجود وسيلة اتصالية واحدة ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الاختيار للمضمون الاتصالي المعروض ، كما أن هناك جدلاً وتساؤلاً حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية والكيفية التي يتم فيها القياس وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة ومحدودية المشاركة .

كما أن المدخل لم يفرق بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحققت عند المشاهدة ، علماً أن (هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الاعلامية التي يتعرض لها) [3] ولم يشرح (المدخل) درجة الايجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم (الجمهور النشط) بوضوح ، حيث انه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثناءها أو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق اليه بدقة.

---

[1] بسيوني حماده / دور وسائل الاتصال في المشاركة السياسية – دراسة ميدانية / مركز البحوث والدراسات السياسية / كلية الاتصال والعلوم السياسية / القاهرة 1995 ص 8

[2] Research on Audience Motives in: Tournal of Broadcasting and Electronic Media / 1998 . P . 472

[3] عبد العزيز عبد الرحمن وآخرون / أثر البرامج التلفزيونية على النشىء والشباب / دراسة استطلاعية لآراء عينة من المشاهدين بالمجتمع القطري / قطر – مركز البحوث التربوية / 1994 ص 13

*** أما الايجابيات المتحققة للمدخل فهي تتمثل في :**

- أن المدخل يمثل مرحلة بحثية متطورة (لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في اطار اجتماعي) [1] وهو يهم أيضاً في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور ، حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الاعلامية تختلف وفقاً لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة .

- أن استخدام مدخل الاستخدامات والاشباعات له أهمية واضحة في دراسة الجمهور الـذي يتعامـل مع البث المباشر والقنوات الفضائية ، حيث يتيح هذا التعامل فرص مشاهدة أوسع وبالتـالي تحفـز هذه المشاهدة على (ايجابية الانتقاء للمضامين الاعلامية المختلفة) [2]كما أن التناقض بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تتحقق بالفعل عند التعرض للوسيلة الاتصالية يمكـن أن يؤدي الى تغيير في اختيارات الجمهـور للوسـيلة القـادرة عـلى تـوفير مـضمون اتـصالي يـوفر اشـباعاً لاحتياجاته .

- أن اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة ايجابية للمـدخل ولـيس نقطـة سلبية عليه ، حيث أن المجتمعات تختلف نظراً لخـصوصية كـل مجتمـع واخـتلاف ظـروف أفـراده النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية ولهذا فأنه يمكن (تقييم نتائج الدراسات التي طبقـت عـلى المجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة)[3] .

أن مدخل الاستخدامات والاشباعات يهتم بتفـسير الاسـتهلاك الاعلامـي انطلاقاً من احتياجات الحياة اليومية التـي يـسعى الاسـتخدام الفـردي لوسـائل

---

(1) ليلى حسين / اسـتخدامات الاسرة المـصرية لوسـائل الاتـصال ومـدى الاشـباع الـذي تحققـه / رسـالة دكتـوراه / القاهرة – كلية الاعلام جامعة القاهرة / 1993 ص 40 .

(2) هاني عبد المحسن جعفر / استخدام الطفل في الاعلانات التلفزيونية / دراسة تحليليـة وتطبيقيـة عـلى الاعلانـات التي يعرضها التلفزيون المصري / رسالة ماجستير – القاهرة كلية الاعلام 1991 ص 12 .

(3) هويدا محمد لطفـي أحمـد / تـأثير الاعلانـات والمسلـسلات العربيـة عـلى الطفـل ا المـصري / رسـالة دكتـوراه – القاهرة/ كلية الاعلام 1991 ص 10 .

الاعلام الى اشباعها ، كما يضع هذا المدخل(المتلقي أمام مسؤوليته بالنسبة للمضامين الاعلامية التـي يختارها) حيث يفترض (المدخل) أن الاختلافـات الموجـودة بـين جمهـور المتلقـين مـن حيـث الـسن والجنس والمستوى العلمي والاجتماعي والاقتـصادي تجعلهـم يختـارون مـضامين اتـصالية مختلفـة لتحقق لهم اشباعات مختلفة ، وهذا ينبع من فكرة (الجمهـور النـشيط) الـذي يـستهدف الوسـائل الاتصالية .

نظرية الغرس

تأتي نظرية الغـرس عـلى أسـاس الاعـتراف بقـوة وسـائل الاعـلام وأثرهـا الاجتماعـي عـلى المتلقين انطلاقاً من فرضية (التراكم) لقياس الآثار طويلة المدى التـي تتركتهـا وسـائل الاعـلام خاصـة التلفزيون على المتلقين عند تعرضهم لمضمون معين ولمدد تعرض طويلة .

وتلتقي هذه النظرية مع مدخل (الاستخدامات والاشباعات) من حيث التأثير عـلى المتلقـي من خلال المضمون المرئي (الذي يلبي حاجة ما عند المتلقي أولاً ومن ثم التأثر بهذا المضمون ثانيـاً)[1] ، إذ أن كلاً من مدخل (الاستخدامات والاشباعات) ونظريـة (الغـرس) يقومـان عـلى أسـاس التـأثير عـلى (المتلقي) واحداث قناعات جديدة لديه من خلال (غرس) تصورات وقيم جديـدة وفـق مـا يـوحي بـه (المضمون) الملبي لحاجات الفرد المتلقي السياسية والاجتماعيـة والدينيـة والثقافيـة ، ويمكـن تعريـف (الغرس) على انه (زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية من خلال التعرض لوسائل الاعلام) [2].

[1] هاني عبد المحسن جعفر / / استخدام الطفل في الاعلانات التلفزيونية / دراسة تحليلية وتطبيقية عـلى الاعلانـات التي يعرضها التلفزيون المصري / رسالة ماجستير – القاهرة كلية الاعلام 1991 ص 12 .

[2] مها ثاقب / دراسة استطلاعية حول أفلام السينما الروائية الموجهـة للأطفـال في مـصر / رسـالة ماجـستير / معهـد الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس / 1999 ص 76 .

وقد أصبح مصطلح (الغرس) يرتبط منذ الستينيات بالنظرية التي تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الاعلام وبخاصة التلفزيون الذي يقدم عالماً متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور المتكررة الى الحد الذي يعتبر معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يصوّر بها من خلال التلفزيون ،كما أن (هناك ارتباطاً قوياً بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي بحيث تتشابه ادراكات كثيفة للمشاهدة) [1]، وفي هذه الحالة يظهر المشاهدون ادراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطاها بالواقع الاجتماعي ، وتؤكد نظرية (الغرس) ميل العينة (كثيفة) المشاهدة الى تبني المعتقدات التي تعرض من خلال التلفزيون عن العالم الواقعي أكثر من العينة (منخفضة) المشاهدة .

أهم المفاهيم التي أضيفت الى نظرية (الغرس) :

هناك مفهومان هما :

- الاتجاه السائد
- التضخم (الرنين)

آ- الاتجاه السائد

ويتمثل في حرص التلفزيون على تقديم (مضمون) متجانس لجذب عدد كبير من المشاهدين بعد أن يتم توفير عدد كبير من الموضوعات التي تحظى باهتمام المشاهدين ، وهذا يبدو جلياً (في البرامج التلفزيونية التي وضعت بشكل يناسب الجميع لاغية في الوقت نفسه العديد من الحدود العمرية والطبقية

[1] ماهينا ز رمزي / دور الأساليب الفنية لبرامج الأطفال التلفزيونية في تنمية قدرة الطفل على فهم وتذكر المضمون / رسالة دكتوراه – القاهرة/ كلية الاعلام/ جامعة القاهرة/ 2000 ص 81

والدينية والثقافية) [2]، ويسعى القائمون على التلفزيون أو راعي سياسته الى أن يحقق المضمون التلفزيوني المعروض صوراً ثلاثة هي :

- تلاشي وذوبان الاختلافات التقليدية بين الأفراد المعرضين للمشاهدة وهي :

-الحدود العمرية والطبقية والدينية والثقافية .

- اندماج المفاهيم التي يحملها المعرضون للمشاهدة في الاتجاه السائد للثقافة التلفزيونية .

- تشكيل اتجاه سائد جديد يتماشى ويتناغم مع (الاتجاه السائد لثقافة التلفزيون أو المضمون الذي تقدمه هذه الوسيلة) .

ب- التضخم (الرنين)

أن تطابق مايراه الأفراد في عالم التلفزيون مع الواقع المحيط يزيد من تأثيرات الغرس بحيث يصبح الأفراد كأنهم تعرضوا لجريمة مزدوجة ، وهو ما يطلق عليه التضخم أو الرنين وقد أشار العديد من الدراسات التي أجريت حول العنف التلفزيوني الى تضخم تأثير المواد التي يعرضها التلفزيون والتي تحتوي على عنف يتعرض له الأفراد الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية وهو (ما يؤدي الى ترسيخ مفهومهم عن الحياة لممارسة العنف) [1].

النظام الصحفي العربي

تنفرد الصحافة العربية بموروث سلطوي فريد بحكم نشأتها في أحضان السلطة، وتطبيق ما أحدثه الاستعمار وخلفه من قيود وممارسات معادية لحرية الصحافة وقد أنعكس هذا المورث السلطوي بشكل واضح على التشريعات

---

[2] هبة الله السمري / مشاركة الأطفال في البرامج التلفزيونية / دراسة تطبيقية في المجلة المصرية لبحوث الاعلام / العدد الثامن من سنة 2000 ص 205 .

[1] محمد محمد العبد الغفور . الطفل ، المدرسة ، التلفزيون / دراسة تحليلية لمحتوى برامج الاطفال في تلفزيون الكويت ودورها في دعم القيم المراد غرسها في طفل المدرسة . الكويت – كلية الآداب والعلوم الاجتماعية – جامعة الكويت 2000 ص 16 وص19.

والسياسات والممارسات لدرجة التطابق بين الأنظمة الصحفية والأنظمة السياسية، والتعامل مع ما ينشر في معظم الصحف العربية على أنه يمثل وجهات النظر الرسمية للحكومات العربية، وسنحاول تحديد أبرز ملامح الأنظمة الصحفية العربية من خلال بعض الدراسات التي تناولت قوانين المطبوعات والصحافة العربية والعلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية وتطور الصحافة العربية خلال مرحلتي الاستعمار والاستقلال، ففي دراسة فاروق أبو زيد للأنظمة الصحفية العربية التي اعتمدت تحليل مضمون 16 قانون للمطبوعات في بلدان عربية مختلفة ،خلصت الدراسة إلى أن النظام الصحفي السلطوي يشكل الاتجاه الغالب على الأنظمة الصحفية العربية إلا أنه لا يوجد نظام صحفي عربي نقي حيث تتداخل خصائص الأنظمة الليبرالية والسلطوية والاشتراكية نتيجة الخلط القائم في الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات العربية.

وفي محاولة لتطبيق نظريات الصحافة الغربية على واقع الصحافة العربية توصلت الدكتورة عواطف عبد الرحمن إلى أن هناك كثيراً من أوجه الشبه بين النظرية السلطوية وممارسات الصحافة العربية، وعلى الرغم من وجود بعض التشابه بين النظرية الاشتراكية وبين الأوضاع الإعلامية العربية إلا أنها ترى أنه من العسير أن لم يكن من المستحيل تعميم هذه النظرية.

أما النظرية الليبرالية فأنها لا تصلح للتطبيق على الصحافة العربية ولا تلائم الواقع السياسي والاقتصادي العربي الراهن حيث تسود الأمية والفقر والتخلف الاجتماعي مع شيوع الأنظمة الأوتوقراطية المتسلطة ويوضح حماد إبراهيم أن النظام الصحفي السلطوي هو النظام السائد في الوطن العربي، حيث يبرز احتكار السلطة السياسية للنشاط الإعلامي والصحفي ولا تتسع أغلب الصحف العربية إلا لوجهات النظر الرسمية والارتفاع بمكانة صانع القرار

المركزي والترويج لسياسات السلطة والتشكيك في الخصوم أو المعارضين السياسيين وتشويه صـورتهم أمام الرأي العام.

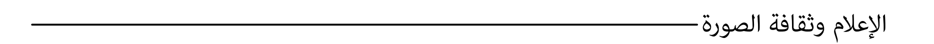
وفي دراسة لدور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي انتهى بسيوني حـماده إلى أن هناك فجوة حقيقية بين النظـامين الـسياسي والاتـصالي وأن هـذه الفجـوة لا تلغـي التبعيـة، وأرجع هذه الفجوة إلى ميل النظام الاتصالي إلى الإثارة والمبالغة وعدم القدرة على التعبير عن الرأي العام، وغياب المعلومات الموثوق بها من جانب السلطة السياسية وعدم اهـتمام صـانعي القـرارات بقراءة ما تنشره الصحف والنظر إلى الاستجابة لمطالب نظام الاتصال على أنـه ضـعف مـن الـسلطة السياسية.

نخلص من ذلك إلى أن أزمة حرية الإعلام والصحافة في الوطن العربي لا تنفصل عن أزمـة الديمقراطية حيث تسود الأنظمة السلطوية التي تضع كل السلطات في يد رئيس الدولة سـواء كـان ملكاً أو رئيساً أو سلطاناً أو أميراً، وفي غياب التنظيمات الـسياسية الـشعبية والديمقراطيـة وفي إطـار عدم التوازن بين السلطات التنفيذية والتشريعية والقـضائية تحولـت معظـم الـصحف العربيـة إلى أجهـزة حكوميـة مهمتهـا الدعايـة لأنظمـة الحكـم وتعبئـة الجماهـير وحـشدها لتأييـد سياسـاتها وممارساتها.

ورغم ما شهدته بعض الدول العربية من تحول إلى نظام التعددية السياسية والصحفية إلا أن الأنظمـة الـصحفية في تلـك الـدول لم تتحـرر حتـى الآن مـن تـراث النظريـة الـسلطوية، حيث تهيمن الحكومـة عـلى الـصحف المركزيـة الرسـمية، وتمـارس أشـكالاً مختلفـة مـن التنظـيم والسيطرة مثل التحكم في تراخيص إصـدار الـصحف وتعيـين رؤسـاء التحريـر وتوجيـه الـسياسات التحريرية والـتحكم في تـدفق المعلومـات والإعلانـات، عـلاوة عـلى القيـود القانونيـة التـي تجيـز

مراقبة الصحف ومصادرتها وتعطيلها وحبس الـصحفيين إذا تجـاوز حـق النقـد الحـدود المرسـومة له.

وإن كان من الطبيعـي أن تـسود أنظمـة صـحفية سـلطوية في تلـك الـدول ذات أنظمـة الحكم الوراثية والأوتوقراطية فأنه من غير المقبول أن تستمر المفاهيم الصحفية الـسلطوية في تلـك الدول التي تأخذ بالتعدد الحزبي وتتبنى المفاهيم الإعلامية والصحفية الحدي



الفصل الثالث

بين الثقافة والصورة

ماهيّة التلفزيون اليوم

تمتلك وسائل الاعلام ، خاصة التلفزيون امكانات مهمة تستطيع مـن خلالها التـأثير عـلى الجمهور المتلقي ، فهي تستطيع تكوين قناعات جديدة وتفنيد أخرى قائمـة واضـفاء الـشرعية عـلى أمر ما من خلال الاقناع وحشد الطاقات باتجاهه ، كما أن هـذه الوسـائل تـستطيع أن تخلـق نوعـاً معيناً من الجمهور يؤمن بما تطرحه حتى وإن كان يخالف قناعاته حيث أن الاتساق بين مـا يطـرح وتكراره يرسخان الفكرة المطروحـة ويجعلانهـا مقبولـة للتـصديق والايمـان بهـا مـن قبـل الجمهـور المستهدف .

وتساهم وسائل الاتصال في التأثير المتدرج عـلى الفـرد المتلقـي مـن حيـث تكـوين فكـره الـسياسي والثقـافي مـن خـلال امـداده بالمعلومـات والمعـارف وصـولاً الى تـشكيل آراءه ومعتقداتـه واتجاهاته ومن ثم سلوكه داخل المجتمع ويمتلك التلفزيون قدرة كبيرة عـلى تـشكيل آراء الجمهـور وتكوين قناعات جديدة من خلال وسائل الاعلام المنافسة وهي الصحف والاذاعة ، لثنائيـة الـصوت والصورة وامكاناته الكبيرة أيضاً في اضفاء هالة اثارة تجلب انتباه المتلقين .

وقد أصبح التلفزيون في أحيان كثيرة عـاملاً مـساعداً في صـنع الاحـداث وفي أحيـان كثـيرة مشاركاً فيها والجمهور المتلقي قد لا يصغي الى أية وسيلة اعلامية أخرى اذا كان ما تقوله مخالفاً لما تقوله الصورة ، اذ أن الصورة يمكن أن تقول ما تعجز عنه الكلمات .

والتلفزيون قد لا ينقل الحقيقة كاملة أو انـه يقـدم شـيئاً مخالفـاً للواقـع وهو في كل ما يعرضه يوفر عنصر التشويق ويقرب مـن الاقنـاع مـن خـلال الواقـع الجديـد الـذي ينقلـه عـن الحـدث ويـسوقه للجمهـور ، اضـافة الى أن الافـراط في التغطية الاعلامية يجعل الحدث مهماً وحقيقة قائمـة ، ومـا دام مـا يقـدم ويعـرض

هو الحقيقة في نظر الجمهور المتلقي أو انه الأقرب اليها ، فانه ليس على المتلقين ، خاصة اذا كانوا أميين أو أنصاف متعلمين إلاّ أن يصدقوا ما ينقله التلفزيون من صور بسيناريو محكم ومضمون معقول تستطيع أن تجمع آراء هؤلاء المتلقين حول المشكلة أو القضية ، وهنا يلقى المضمون التلفزيوني الأكثر جدية ووضوحاً وبعداً التجاوب الأكبر من قبل الجمهور خاصة وأن هذا الجمهور لا يتلقى معلومات منافسة قد تنقص من مصداقية ما يشاهده ، كما انه لا توجد لهذا الجمهور مصلحة شخصية في مقاومة أو رفض ما يعرض عليه اذا كان لا يستهدف تغيير المواقف والقناعات والآراء .

وخلاصة القول أن التلفزيون استطاع أن يتجاوز الاشكال الذي كان يواجهه الأميين وانصاف المثقفين في الكلمة المقروءة وأختها المذاعة ، حيث استطاعت الصورة التلفزيونية أن تفسر ما تعجز عنه الكلمات ، فتجاوز التلفزيون بذلك عائق الأمية لدى الأفراد واصبح قاسماً مشتركاً لجميع فئات المجتمع على اختلاف مداركهم وثقافاتهم وانتماءاتهم ، ولكن النهج المسؤول في وسائل الاعلام عامة وفي التلفزيون خاصة قد يضع (عصابة) على عيني الجمهور المتلقي ويوهمه بوجهة نظر هي غير موجودة أصلاً ، حيث أن المضمون التلفزيوني قادر من خلال استخدامه لثنائية الصوت والصورة وبطريقة فعّالة عبر الخطاب المباشر على أن يخلق إحساساً لدى المشاهدين بانهم وجهاً لوجه مع من يتحدث إليهم ويملكون أيضاً اتصالاً بصرياً وهمياً معه ، وهنا تتجلى أيضاً قدرة التلفزيون على ايجاد الاثارة وتوليدها وذلك انطلاقاً من أهم وظائفه الاتصالية المهمة، وقد سار التلفزيون على هذا المنوال منذ بدايته وحتى الآن وبطبيعة انتقائية حيث يتم انتقاء ما سيتم تقديمه على الشاشة واتخاذ قرارات بخصوص كيفية تصويره وتنظيمه وترتيبه و (جرعات) الاثارة التي(تصب) فيه ، وهذا يوضح جزءاً من

مقدرة التلفزيون على أن (يصدم) المتلقين الذين قد يعرفون مسبقاً أشياء عن الظروف والاحداث التي تم تصويرها ، ولكن لم يطلعوا عليها بصرياً وتفصيلياً .

أن للتلفزيون مكانة خاصة في حياتنا المعاصرة، فقد دخل كل بيت وأصبحنا مدمنين على مشاهدة البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية و التلفزيون اليوم وسيلة إعلامية له مميزات وخصائص كثيرة منها أنتشاره الواسع أضافة لما يقوم به من تقديم المتعة والترفيه وإمكانيته على التأثير على الجميع كون من يشاهده كافة فئات المجتمع من فقير وغني، من متعلم وأمي من كبير وصغير، وتزداد مشاهدة التلفزيون في الدول النامية عنه في الدول المتقدمة وخاصة بين الشباب بسبب زيادة نسبة الأمية والظروف الأقتصادية الصعبة والبطالة ووقت الفراغ الكثير وعدم توفر وسائل اللهو الأخرى مما يدفع بهم إلى الجلوس طويلاً أمامه، وهو قد أصبح وسيلة مهمة للتوجيه وتزويد المواطنين بالخبرات والمهارات والقيم الإنسانية والروحية ولنقل الثقافة إلى المجتمع ككل، وهو وسيلة للإنتاج الثقافي، وأن كل ما يبثه له تأثير ثقافي معين سواء كان هذا التأثير سلبياً أم إيجابياً.

فلم يعد التلفزيون وسيلة للترفيه واللهو وقضاء الوقت فقط، فاليوم التلفزيون وسيلة لا غنى عنها تستخدم لإيصال ما نريد إيصاله للجماهير ذات الثقافة المحدودة أو المنعدمة من قيم ثقافية وجمالية جديدة سواء من خلال الترفيه أو من خلال برامج جادة بأسلوب يسهل عليهم متابعته فالتلفزيون من أكثر أدوات التثقيف فعالية.

لقد أرتبط مضمون التلفزيون بثقافة الصورة، حيث تعمل المواد المصورة على نقل وتكوين قيم ثقافية للمشاهدين.

لقد عرف مصطفى حجازي ثقافة الصورة بأنها (الثقافة التي تتوسل لغة جديدة هما لغة الصورة، وأبجدية الحواس، مما يكاد يشكل قطعية فعلية مع الثقافة

المكتوبة وعقلانيتها، و ثقافة الصورة التي تقدمها محطات كبريات الشركات الإعلامية الخاصة تحولت الثقافة إلى مشروع ربحي أساساً) [1] .

بينما يعرف محمد الجابري ثقافة الصورة بأنها (ثقافة إشهارية إعلامية سمعية وبصرية تصنع الذوق الأستهلاكي-الإشهار التجاري-والرأي السياسي-الدعاية الإنتخابية-، وتشيد رؤية خاصة للإنسان، والمجتمع والتاريخ، إنها ثقافة الأختراق، التي تقدمها العولمة بديلاً من الصراع الأيديولوجي...إنها تسعى إلى تسطيح الوعي بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك، لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع)

أن ثقافة الصورة اليوم من خلال القنوات الفضائية والتي تبثها بمضامين وأشكال متنوعة ذات تأثير عميق في كافة الأتجاهات على الجمهور المتلقي، فهي تستفاد من التطور الهائل الذي حصل ويحصل بأستمرار بوسائل التقنية ولكن للأسف هذا التأثير ليس دائماً إيجابياً.

أن عصرنا بلا شك جعل الإنسان متعباً من قسوة الحياة وشدة الصراع والركض لتأمين لقمة العيش، فنحن مرهقون عصبياً متوترون من نمط الحياة الجديدة، وهذا ما يجعلنا نلجأ إلى التلفزيون لساعاتٍ طويلة ونقلل من المطالعة التي كانت أساس ثقافتنا لقرونٍ عديدة.

يعود الفضل في أختراع التلفزيون إلى العالم البريطاني جون بيرد، الذي أستطاع سنة 1924 نقل صورة غير واضحة لصليب صغير إلى شاشة صغيرة معلقة على حائط، عن طريق أجهزة أستحدثها، وفي سنة 1929، قدمت هيئة

[1] حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، بيروت، المركز الثقافي العربي، 1998م، ص12.

الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية لها من أستوديو هات بيرد، وفي 14 يوليو سنة 1930 أذيعت أول تمثيلية تلفزيونية من نفس الأستوديو هات.

وفي سنة 1931، أستطاع جون بيرد أن ينقل لأول مرة بالتلفزيون سباق الدربي الإنكليزي.

ما أول إرسال تلفزيوني، هو إرسال تلفزيون هيئة الإذاعة البريطانية في 2نوفمبر 1936م، لكنه توقف في سبتمبر 1939م بسبب نشوب الحرب العالمية الثانية، وأعتبر من الكماليات وخشية أن تستفيد ألمانيا من الإشعاعات في تحديد الأهداف، وفي يوليو 1947م، أعيد إرسال التلفزيون في بريطانيا.

أما في أمريكا فقد قامت شركة أر سي أي سنة 1930م بأول تجربة إرسال من نيويورك، ثم سنة 1937م طور العالم الأمريكي- زاروكين- التلفزيون بأختراعه صمام الأورثيكون الإلكتروني الذي أمكن التقاط الصور التلفزيونية الواضحة والتي نقلت أول مباراة للبيسبول للجمهور الأمريكي سنة 1939م بوضوح.

مفهوم الثقافة:

كلمة جديدة في معناها قديمة في أستخدامها في اللغة العربية، فكلمة تثقيف كانت تعني تشذيب قناة الرمح أو تسويتها وأستقامتها، ولكنها في القرن التاسع الميلادي أستخدمت من قبل أديب العربية أبو عثمان الجاحظ.

(إن كلمة الثقافة بمعنى الحذق والدراية والتهذيب قديمة في اللغة العربية نجدها في كل معجم من معجمات اللغة السلفية والعصرية، مع الشواهد التي تدل عليها من الأحاديث والأمثال والأبيات الشعرية، ومن معانيها الغالبة –التسوية والتقويم- ولهذا تسمى الأداة التي تقوم الرماح، بالثقاف، وقد وردت في كلام ابن خلدون بمعنى قريب من معناها الشائع في العصر الحاضر

فليست هي من أبتداع الكتاب المعاصرين، وإنما أحتاج الكتاب المعـاصرون إلى التمييـز بـين مـدلول الحضارة وكلمة الثقافة بين المظاهر المادية التي تقترن بالحواضر الكبرى وعمران الثروة وبين التربيـة الخلقية والفكرية التي تتمثل فيما تملكه الأمم من ثمرات التهذيب والتثقيف مـن محـصول ثروتهـا النفسية، وعند المحدثين من الأخلاقيين والأجتماعيـين أن نهـضات الأمـم تبـدأ بالثقافـة أو بالعقائـد والأمثلة العليا ثم تنتهي إلى العمران المادي الذي يتراءى في الأشياء المحسوسة وينقص نصيبه رويـدا رويدا من المعاني الوجدانية حتـى يئـول إلى الـزوال فـلا تقـوى الأمـة عـلى الأحتفـاظ بـالعمران ولا بالأمثلة العليا ، ولا ترجى لها نهضة أخرى بغير عقيدة متجددة، تبعثها إلى الحركـة والطمـوح. وقـد سأله سائل عن كلمة – تثقيف- ومعناها الحرفي تجريد العيدان من الزوائد والفضول- وعـن وجهـة أستعارتها، خاصة وأن الثقافة تحصيل وليست تجريداً وإبعاداً، فكان رده:- أمـا أن الثقافـة تحـصيل وليست بتجريد، فالعبرة بالنتيجة في كلتا الحـالتين، وقـد يكـون تجريـد هـذهِ الـشجرة مـن الزوائـد والنفايات وسيلة لتحصيل التغذية الخالصة بدلاً من سريان هذهِ التغذية إلى أجزاء الـشجرة التـي لا تفيد، وربما كان تقويم العود كذلك شرطاً من شروط التسديد والنفاذ، ولم يكن مجرد إزالة وتعديل، ولا بد في كل أستعارة من النظر إلى الغاية والنتيجة التي يتحقق بها الغرض من العمـل كلـه، وألا لم تبق كلمة واحدة مـن كلـمات الإسـتعارة في لغتنـا أو غيرهـا، وأولهـا كلمـة الكلتـور CULTURE- - باللغات الأجنبية، فأين معناها الأصيل وهو الزراعة، ومعانيها التي تنطوي فيها اليوم؟)[1] .

ويقول زكي محمود (أن الثقافة لم تعد تسوية العود الذي يركب عليه سنان الرمح ليصلح للقتـال بـل أصـبحت في أسـتعمال الجـاحظ تـسوية الفكـر

[1] عبد العزيز شرف، عباس العقاد بين الصحافة والأدب، القاهرة، مكتبة الأنجلو 1980، ص180.

ليصبح بفطنته وذكائه قادراً على حل مشكلات الحياة، وتثقيف العقل بما يتفق مع الحضارة الجديدة وكانت اللغة هي أول الوسائل التي عنتها الثقافة).

أن مفهوم الثقافة اليوم هو مفهوم متعدد المعاني وهذه المسألة يجب أن تؤخذ بنظر الأعتبار عند كل تساؤل عن علاقات الثقافة أو الثقافات وتأثيراتها وهنا لابد من تداخلات تأثير الثقافة من خلال العلاقة العضوية بين الفرد والجماعة وبين الداخل والخارج أي بين جماعة وأخرى وبين الماضي والحاضر.

وقد عرفت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) الثقافة بأنها (جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية، التي تميز مجتمعاً بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان، ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات) [1] .

أما المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الالكسو)، فقد حددت الثقافة في وثيقتها المهمة الخطة الشاملة للثقافة العربية هي (مجموع النشاط الفكري والفني بمعناه الواسع، مع ما يتصل بهما من المهارات والوسائل التي ترتبط بكل أوجه النشاط الأجتماعي الأخرى مؤثرة فيها ومتأثرة بها) [2].

أن المتخصصين في علم الأنثروبولوجيا، يعتبرون الثقافة العامل الأساسي المؤثر في عادات وسلوك الجنس البشري داخل المجتمع، وكانوا متأثرين بمجموع الدلالات والمظاهر التي ظنوا أنها تشكل الثقافة، كالمظاهر الجغرافية والمعمارية والأقتصادية والأجتماعية والسياسية والدينية لمجموعة بشرية واحدة، فكل عضو من المجموعة المعنية يعرف ما يتقاسمه ويشترك بهِ مع باقي أفراد مجموعته ولكن هنالك في الوقت نفسه سؤال يطرح، كيف نفسر أن هنالك أفراداً أكثر

[1] حسن مدن، الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات الخليج، كتاب الثقافة والأستهلاك -ندوة-، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 1994، ص156.

[2] المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، 1996، ص16

ثقافة من غيرهم أو النخبة، فالكثير من المثقفين العرب من درس وليم شكسبير أكثر من الإنكليز أو مكسيم غوركي والكسندر بوشكين أكثر من الروس أنفسهم هذا على سبيل المثال لا الحصر، كون الثقافة لا تقتصر على الأدب فقط، لذا ففي كل مجتمع هنالك مستويات من الثقافة وأن هنالك أفراداً أكثر ثقافة من غيرهم.

هنالك فوارق ثقافية أذن ولها أسبابها التي يحتاج التوقف عندها وهذه الخاصية يجب إدراكها والإقرار بها. اليوم فأن العامل الأقتصادي للفرد وإمكانيات الدولة المادية وما توفره من إسهامات في دعم الثقافة وتوجه الدولة السياسي وتطور البلد، كل هذه العوامل تلعب دوراً في توعية ومستوى ثقافة الفرد والجماعة.

فالثقافة التي تتفتح عينا الفرد عليها منذ ولادته من داخل مجموعته ويتغذى بها قد حصنت نفسها وقامت بتقوية نفسها عن طريق الإبقاء على الإتصال بالخارج، أي بعلاقتها الإيجابية مع الثقافات الأخرى ولكن هذهِ الفرضية تبقى اليوم نسبية فهذهِ الثقافة معرضة للإندماج والتلاقح والتلاقي مع الثقافات الأخرى فاليوم من خلال الفضائيات والإنترنيت والتطور الحاصل في تكنولوجيا الإتصال، لم يعد هنالك تحصين حقيقي، بل نتكلم اليوم عن التلوين الثقافي وتعزيزه من خلال القنوات الفضائية والتي تسهم بالضرورة في تحقيق ديمقراطية الثقافة ونشرها بين الجماهير و لهذا حسناته، فمن مصلحة البشرية التعرف على بعضها البعض والإطلاع على ثقافات الأمم الأخرى، والحياة ستزكي الجيد وتطيح بالسلبي. لكن الدعاية اليوم تلعب دوراً غير سليم، فهي يمكنها التأثير بعيداً عن الحيادية التي يراد من الإعلام أن يلعبه بشكل عام في كافة القضايا.

أما العلاقة بين الماضي والحاضر أي علاقة الثقافة من خلال محور الزمن ومحاورتنا لتراثنا والتأمل بتاريخنا وحضارتنا يجب أن لا ينسينا الأهتمام الضروري بالجديد والمعاصر وما قدمته وتقدمه البشرية من إنجازات حضارية تهم الجميع، والعكس أيضاً محط مخاطر جدية وهي أن لا نهمل أو ننسى تراثنا وتاريخنا، و أن لا نزرع فجوة تفصل بين الأجيال، خصوصاً أن هذه المخاوف تزداد اليوم بصفة عامة حيث أن البعض ينظر إلى المستقبل على أنه قطيعة وثورة ضد القيم القديمة بسلبياتها وإيجابياتها.

كما توجد العديد من القيم السياسية والدينية والثقافية والجمالية والأخلاقية المختلفة والمتناقضة أحياناً في داخل مجتمع واحد، وتعبر هذه القيم عن نفسها في مفاهيم المنفعة العامة المتعارضة والناتجة من أختلاف الرؤى والموقع الاجتماعي والوضع الأقتصادي وغير ذلك. أن تعددية القيم تؤكد أنه لا يوجد مجتمع إنساني متجانس بشكل كامل، حتى اللغة التي يتحدث بها أبناء ثقافة واحدة فهي قد تختلف في الأستخدام بين شخص وآخر أو اختلاف في اللهجة أو الأسلوب في التعبير بها، ومن الضروري أن نلفت النظر إلى أن الأفراد يختلفون من حيث قدرتهم على الإتصال من ناحية، ويختلفون من حيث توفر الفرص الإتصالية المتاحة أمام كل منهم من ناحيةٍ أخرى، وهنالك فرق في القدرات الموروثة والمكتسبة لكل فرد في المجتمع وقابليته على التثقف والتعلم والاكتساب.

لقد أختلفت المدارس الفكرية والدراسات المختلفة على تحديد معنى الثقافة وهنا يشير أيمانويل والرشتين ضمن بحثه بعنوان (هل يمكن أن توجد ثقافة عالمية)[1] حيث يقول:(يضعنا مفهوم" الثقافة" ذاته أمام مفارقة فالثقافة-

[1] أنطوني كينج، الثقافة والعولمة والنظام العالمي، ترجمة شهرت العالم وهالة فؤاد ومحمد يحيى ومراجعة محمد يحيى ، المجلس الأعلى للثقافة في مصر ضمن المشروع القومي للترجمة، ط1، 2001م،ص 139

من حيث التعريف- تتسم بالخصوصية أنها مجموعة القيم أو الممارسات لجزء أصغر من الكل، ويصدق ذلك سواء أكان المرء يستخدم الثقافة من زاوية أنثروبولوجية لتعيين القيم و/ أو الممارسات الخاصة بمجموعة معينة في مقابل أي مجموعة أخرى على مستوى الخطاب نفسه (الثقافة الفرنسية مقابل الثقافة الإيطالية، أو الثقافة البروليتارية في مقابل الثقافة البرجوازية، أو الثقافة المسيحية في مقابل الثقافة الإسلامية...الخ)، أم كان المرء يستخدم الثقافة من زاوية الأدب المحض لتعيين القيم، و/أو الممارسات" العلوية" وليس القاعدية لأي مجموعة، وهو المعني الذي يشتمل بشكل عام على الثقافة بوصفها تمثيلاً، ونتاجاً لأشكال فنية. إن الثقافة أو أي ثقافة ما، في الأستخدامين هي ما يشعر الأفراد به أو يقومون بعمله بما يختلف عن أفراد آخرين لا يشعرون بالأشياء نفسها أو يقومون بعملها)) ، من هنا تتضح سعة مفهوم الثقافة ومدى تضارب تحديده بدقة.

فلقد أختلف العلماء كثيراً حول تحديد مفهوم الثقافة وتعددت الأبعاد التي يمكن من خلالها وضع تعريف دقيق لها، فهناك أختلاف بين المعنى القديم والحديث والمعنى العام والأكاديمي، والمعنى الأكاديمي يقصد المعرفة الأكاديمية التي تغيب عن أذهان العامة، فالشخص المثقف هو ذلك الشخص الذي يجمع في ذاكرته مجموعة من المعارف المنتقاة، وهو الشخص الذي يتمرس بلغة الكلام، أو لغة الأرقام، فيكون شخصاً مثقفاً ثقافة أكاديمية، وأيضاً ينطبق هذا على الباحث الذي ينتهج منهجاً علمياً واضحاً في بحوثه، ومن مظاهر الثقافة الأكاديمية الكتاب وفنون السينما والمسرح والأوبرا [1].

وهنالك من يقسم إلى ثقافة عامة، وثقافة أدبية، وثقافة فنية، وثقافة الأحاديث والمعارف العامة وهنالك من يقسم أو يقول أن هنالك ثلاث ثقافات

[1] يوسف ميخائيل أسعد، الثقافة ومستقبل الشباب، الهيئة المصرية العامة للكتاب -القاهرة- 1984، ص7.

مختلفـة في المجتمـع الجماهـيري وهـي الثقافـة الرفيعـة أو الراقيـة، الثقافـة الجماهيريـة، والفـن الشعبي.

هذا الأختلاف في تحديد مدلول وماهية ومضمون الثقافة حفز الشاعر الكبـير ت. س. اليـوت إلى أن يؤلف كتاباً عنوانه، ملاحظـات نحـو تعريـف الثقافـة- NOTES TOWARDS A DEFINITION OF CULTURE- - والذي حاول فيـه أن يقـدم حلـولاً لمـشكلات ثقافيـة قائمـة فعـلاً، وحـاول أن ينقـل أنطباعه وتصوره لمعنى الثقافة.

ويرى سعد لبيب، (أن الثقافة بمفهومها العام، هي نظرة إلى الوجـود والحيـاة والإنـسان، وهي كذلك موقف من هؤلاء جميعاً، وقد يتجسد هذا الموقف في عقيدة أو تعبير فنـي أو مـذهب فكري أو مبادئ تشريعية أو مسلك أخلاقي عملي)[1].

اليوم وبفضل التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والإتصال، أصبحت الثقافة سهلة المنال، فالقنوات الفضائية تصل كل مكان، ولا تكلف المـواطن شـيئاً فهـو لم يعـد بحاجـة إلى المال لشراء كتاب أو جريدة أو أية مطبوع، ولا الحاجة للذهاب إلى دور الـسينما أو المـسرح أو عروض الأوبرا أو الموسيقى، ولكن البعض يعتقد أن ذلك ليس صـحيحاً فروجيـه شـاريتيه يقول يمكن للثورة الإلكترونية (أن تعمق الفوارق بدلاً من تحدها، فهناك خطر كبير ألا وهـو "الأمية" الجديدة التي لم يعد تعريفها مقتصراً على عدم المقـدرة عـلى القـراءة والكتابـة إنمـا أصبح يعني أستحالة الوصول إلى الأشكال الجديدة لنقل الكتابة والتـي هـي مكلفـة إلى حـدٍ

[1] سـعد لبيـب، " التخطـيط الإذاعـي عـلى المـدى البعيـد"، محـاضرات في كليـة الإعـلام- جامعـة القـاهرة- 1979م، ص6.

ما)[2] ، وهذا يجعلنا أن نقر بأن الثقافة ومضامينها ومستوياتها هي مختلفة عبر العصور والأزمنة. هنالك مفهوم للثقافة على أنها فردية أساساً- فهناك أفراد مثقفون وأفراد شبه مثقفين وآخرون غير مثقفين- ثقافة الأفراد المثقفين ليست ثقافة علم الأنثروبولوجيا (أي مشتركة بين مجموعة تكاد تكون متطابقة أو مرتبطة بأرض ما)، بل إنها ثقافة الصفوة التي تجاوز الحدود الدولية وتسمح لها الفرصة بالتعبير عن التواطؤ الطبقي أو الطائفي [1] .

(ليس هناك ثقافة فردية بالمعنى الحرفي فكل ثقافة هي ثقافة مستعارة يجب أكتسابها. هي نتيجة نوع من المفاوضات. فتعريف الثقافة يفرض الإتصال بالغير: الاتصال بالتاريخ وبالمحيط المجاور، الاتصال بالمجتمع وبالعالم فما يمكن أن نقوله عن الثقافة هو ما يمكن أن يقال عن كل فردية أو جماعية: فهي تبنى نفسها على تجربة الآخرين. ليس هناك ثقافة دون أستعارة،...)[2].

"ألسنا على أتصال، على الأقل، عن طريق الصورة والمعلومة بباقي العالم ؟ ألسنا نملك مثلما لم نملك من قبل أسلحة التفاوض الثقافي وأدوات التبادل والتنقل؟ "[3].

أن عالم الثقافة عالمٌ رحب ويسع جميع الأتجاهات، وكل فن أو مجال ثقافي جديد يحقق متعة وفائدة للمجتمع بغض النظر عن توجهه، هو يدخل في خانة الثقافة.

---

[2] ص 564-روجيه شاريتيه – ترجمة سلوى لطفي – مراجعة أمينة رشيد- الكتاب بين الماضي والمستقبل- ما الثقافة؟ ط1 القاهرة إصدار الهيئة المصرية العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية- المجلس الأعلى للثقافة -القاهرة-

[1] مارك أوجي – ثقافة وأنتقال- ترجمة هويدا إسماعيل – مراجعة أمينة رشيد- الكتاب بين الماضي والمستقبل- ما الثقافة؟ ط1 القاهرة إصدار الهيئة المصرية العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية- المجلس الأعلى للثقافة -القاهرة- ص422

[2] ص 423, م س.

[3] ص423 م س.

والفن أحد أوجه الثقافة المختلفة وهو يعني ما أنتجته وأبدعته الإنسانية من فنون، فمنذ أن صنع الإنسان الأحجار المنحوتة والحراب المدببة وبدأ بأستخدام النار وطلى جسمه وجدران الكهوف بالألوان كان الفن وكانت بداياته، ومن خلاله يمكننا اليوم أن ندرس ونتابع عملية التطور البشري من شتى جوانبها.

أن الثقافة والفن، شكلٌ من أشكال أنعكاس الواقع في ذهن الإنسان ويساعدان على فهم العالم عن طريق تصويره، كما يمكن أن يكونا أداة قوية للتربية الأخلاقية والأجتماعية والسياسية، فقد ساعد تعدد المناهج والمدارس المختلفة التي تعكس وتصور الحياة على التطوير في نتاجات فنية إبداعية، كما في مجال الأدب والمسرح والموسيقى والسينما والهندسة المعمارية والرسم والنحت...الخ، وبالتالي أنعكس ذلك على ذوق وسلوك الناس.

أن السمة الرئيسية للثقافة أنها تعكس الواقع في صور مجسمة تدرك بالحواس، وفي صور فنية نمطية، تكشف السمات العامة والجوهرية للواقع.

لقد ظهر الفن مع فجر المجتمع الإنساني، من خلال العمل ونشاط الناس العملي، وتطور التذوق الجمالي لدى الناس ومتطلباتهم ومفاهيم الجمال من خلال العمل، وأرتبط الفن مع قضايا الناس وأستخدم كوسيلة هامة على الإقناع والتأثير ولإيصال الأفكار وتخلق كل مجموعة فناً وثقافة تتفق مع مصالحها ومتطلباتها الجمالية، ولكن هنالك إبداعات وأعمال رائعة كانت غنية بمضامينها وصادقة في التعبير وعكست قضايا وسمات إنسانية عامة، فأستحقت الأصالة والعظمة، والأمثلة كثيرة على ذلك، سواء في مجال النحت والرسم والموسيقى والأدب، والتي غدت منذ زمان ملكاً للبشريةِ جمعاء، وهنا تبرز سمة جديدة للثقافة وهي أمكانية تواصله وتطوره وتوارثه عبر الأجيال والعصور.

خصائص الثقافة

وهنالك من يحدد خصائص للثقافة، ويمكن أجمال تلك الخصائص بما يلي:

أولاً: الثقافة نتاج اجتماعي إنساني:[1]

حيث لا وجود للثقافة دون مجتمع إنساني، فالثقافة تنشأ عن الحياة الاجتماعية وهي من أختراع وأكتشاف الإنسان، والثقافة تشمل جميع نواحي التراث الاجتماعي البشري أو كل ما يميز الحياة الاجتماعية عند الإنسان.

ثانياً: الثقافة مكتسبة:

إن الثقافة ليست غريزية ولا فطرية كما أنها لا تنتقل بيولوجياً، ولكنها تتكون من العادات التي يكتسبها كل فرد خلال خبرة حياته بعد الميلاد. وتتضمن الثقافة توقعات الجماعة التي يتعلمها الفرد خلال عملية التنشئة الاجتماعية كما أنه عن طريق هذه العملية أيضاً، يكتسب عموميات السلوك التي تشكل الثقافة.

ثالثاً: الثقافة انتقالية وتراكمية:

تنتقل الثقافة من جيلٍ إلى جيل على شكل عادات وتقاليد ونظم وأفكار ومعارف يتوارثها الخلف عن السلف عن طريق الرموز اللغوية كما أنها تنتقل من وسط اجتماعي إلى وسط آخر، وبهذا المعنى فإنها تراكمية، فالإنسان يستطيع أن يبني على أساس منجزات الجيل السابق أو الأجيال السابقة فهو ليس بحاجة إلى أن يبدأ من جديد في كل جيل. وتختلف الطريقة التي تتراكم بها

[1] سامية حسن الساعاتي" الثقافة والشخصية"، بحث في علم الأجتماع الثقافي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988م، ص73-76.

خاصة ثقافية معينـة كاللغـة مـثلاً، عـن الطريقـة التـي تـتراكم بهـا خاصـة أو سـمة ثقافيـة أخـرى كالتكنولوجيا على سبيل المثال.

رابعاً: الثقافة مثالية:

ينظر إلى العادات الاجتماعية التي تكون الثقافة على أنها تمثل نماذج مثاليـة ينبغـي عـلى أعضاء الجماعة أو المجتمع أن يمتثلوا لها، ويتكيفوا معها.

خامساً: الثقافة إشباعية:

تشبع الثقافة دائماً، وبالضرورة الحاجات البايولوجيـة الأوليـة وكـذلك الحاجـات الثانويـة المشتقة منها أيضاً ولذلك يقال أن للثقافة خاصة إشباعية والجوع والعطش مثـالان عـلى الحاجـات البايولوجية، أما الحاجات الثانوية المشتقة فـيمكن أن نطلـق عليهـا الحاجـات الاجتماعيـة الثقافيـة لأنها تظهر وتنشأ من خلال التفاعل الجمعي، وتنتقل بالطريقة نفسها.

سادساً: الثقافة تكيفية:

أن الثقافة تتغير، وتتميز عملية التغير الثقافي بأنها عملية تكيفية وتميل الثقافات – خـلال فترات زمنية معينة- إلى التكيف مع البيئـة الجغرافيـة فالنـاس ينبغـي أن يكونـوا قـادرين عـلى أن يأكلوا ويلبسوا ويسكنوا، وذلك بالتكيف لما حولهم والظروف البيئية التي يعيشون فيها.

سابعاً: الثقافة تكاملية:

ويظهر التكامل الثقافي بصورة جلية في المجتمعات البسيطة، والمجتمعات المنعزلة، حيـث ينـدر وجـود عنـاصر خارجيـة في ثقافـات تلـك المجتمعـات، كـما أن العنـاصر الأصـلية لا تتغـير بـسرعة، أمـا في ثقافـات المجتمعـات المركبـة غـير

المتجانسة فالتكامل لا يظهر بشكل واضح، حيث نجد أن عناصرها الأصلية تتغير باستمرار.

ثامناً: الثقافة انتقائية:

أن أنتقال الثقافة لا يتم بآلية وحتمية بل يتم غالباً عن وعي وأدراك، فهو أنتقائي بمعنى أن الجيل الذي يتلقى عناصر ثقافية ينتقي منها البعض ويستبعد البعض الآخر تبعاً لظروفه وحاجاته.

تاسعاً: الثقافة متغيرة:

فالثقافة خاضعة لقانون التغير الذي تخضع له جميع مظاهر الكون، كما قال "هيرقليطس" (أن التغير قانون الوجود، وإن الأستقرار موت وعدم)، والتغير الثقافي يحدث في العناصر المادية في المباني والأثاث والملابس وغيرها، والعناصر المعنوية مثل العادات والأفكار.

أن مفهوم الثقافة في هذا البحث هو الثقافة بمعناها الحضاري الأجتماعي الشامل، حيث تتضمن سلوكيات أفراد المجتمع، وما يرسمونه من أنشطة مختلفة وكل ما يكتسبه الإنسان من معارف وخبرات تربوية وتثقيفية وتعليمية وتنمية قدراته، و رؤيته إلى شؤون الحياة المنوعة، بما في ذلك سلوك الإنسان وأسلوب حياته وتصرفاته إزاء الحاضر والمستقبل، ومن أجل تنمية وتطوير المجتمع.

الإعلام الثقافي CULTURAL COMMUNICATION

الإعلام الثقافي، مصطلح جديد يقوم على أساس فهم طبيعتي الإعلام والثقافة، وهو فهم ينبع من جوهر مشترك لهما وهو "الاتصال"، فالإعلام الثقافي هو عملية يتم من خلالها إرسال مادة أو رسالة ثقافية معينة إلى المتلقي، مع النتائج المترتبة على ذلك، وهذا بالضرورة يتضمن التفاعل، وإذا كانت مهمة

الإتصال بأنه يقوم بنقل المعاني عن طريق الرموز من المرسل إلى المرسل إليه، فأن الإعلام الثقافي هـو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام فـالفكرة الرئيـسية في الإعـلام الثقـافي هـي الأشتراك في الإطار الثقافي الذي يتضمن جوانب الثقافة وما يعيه منها أفراد المجتمع.

أن دراسة الثقافة أصبحت تمثل ميداناً مهماً مستقلاً خلال القـرن الأخـير، ومـن هنـا تـأتي أهمية مفهوم الإعلام الثقافي والذي يهدف إلى دراسة الثقافة من الوجهة الإعلامية والاتصالية، إدراكاً من أهمية التوصيل الثقافي في المجتمع، ومن حيث وظائف الإعلام الثقافي من حيث نشأته وعلاقتـه مع النظم الأجتماعية والموضوعات المشتركة بين الإعلام والثقافة.

أن للإعلام الثقافي وظائف عديدة، مما يجعله مهماً عنـد التخطـيط لمـضمون وسـائل الإعلام فليس وظيفته مقتصرة على الترفيه أو لأستهواء غرائز المشاهدين، بل له وظـائف مهمـة منها، الوظيفة الروحية حيث يسعى الإعلام الثقافي إلى رأب الـصدع في المجتمـع المعـاصر الـذي تطغي فيه المنافع المادية على حياة الناس، وذلك حينما يسعى الإعلام الثقافي إلى إشـاعة القـيم الجمالية بين الجماهير، وهنا تـصبح الفنـون في إطـار الإعـلام الثقـافي بـالراديو أو التلفزيـون أو الصحافة وسيلة من وسائل التطهير النفسي، ومواجهة الأزمات النفسية التي يعاني منها الإنسان المعاصر.

والوظيفة الثانية للإعلام الثقـافي، وظيفـة أجتماعيـة، أو كـما يـذهب دوركـايم وجـروس بالقياس إلى الفن، أنه يخلق من مشاهديه والمعجبين بـه وحـدة أجتماعيـة متماسـكة، فهـو وسـيلة لخلق التضامن بين الناس في الهيئات والمجتمعات..."[1]

[1] عبد العزيز شرف، في مقدمة كتاب البرامج الثقافية في الإعلام للدكتورة سهير جاد، ص5.

كما أن للإعلام الثقافي وظائف أخرى، وظيفة تربوية ووظيفة علمية وأدبية، كما لا نغفل الوظيفة الإعلامية للإعلام الثقافي وهي المرتبطة بأسمه كمصطلح، وهي وظيفة مشتقة من أهمية الإعلام في المجتمع الحديث، كونه يرتكز على مخاطبة عقول الجماهير ووجدانهم، ويؤثر بشكل واضح في تكوين أتجاهات الرأي العام.

الاتصال:Communication

الاتصال بالمفهوم العام، هو أنتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضاً، والاتصال نشاط إنساني حيوي وأن الحاجة أليه في أزدياد مستمر"[1]، وتشير كلمة "الاتصال" إلى معان كثيرة لدى كثير من الناس فالبعض ينظر إليها على أنها علم، والبعض يعتبرها نشاطاً، ويرى آخرون أنها مجال دراسة، بينما يعتقد البعض أنها فن وهي قد تكون نشاطاً عفوياً لا شعورياً أو عملاً مخططاً هادفاً[2] .

ويعرف الاتصال في مجال الإعلام بأنه (بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والأجتماعية والثقافية والسياسية ويوجدون في مناطق مختلفة)[3].

وجدير بالذكر أن الاتصال بين الأشخاص لا يحدث في فراغ ولكنه يقع في سياق ثقافي معين، أي يتحدد طبقاً لمجموعة معايير وقواعد، وقد لا يعي الإنسان ذلك السياق الثقافي الذي يمارس فيه أتصالاته مع الآخرين ويؤثر في سلوكه الاتصالي لأنه أعتبر مسألة مألوفة ومعتادة بالنسبة له، لكنه قد يدرك

[1] منال طلعت محمود، مدرس بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية، جامعة الأسكندرية- مصر،مدخل إلى علم الاتصال، 2002م، ص18.

[2] المصدر السابق، ص11.

[3] المصدر السابق، ص22.

هذا السياق عندما يحتك بثقافات أخرى تختلف عن ثقافته، ومن العوامل التي تؤثر في الاتصال بين الأشخاص، الوقت والمكان.

عناصر عملية الاتصال هي:

Source أو مصدر Sender

- **أولاً:** مرسل : وهم القائمين بالاتصال، حيث يقوموا بنقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء إلى الآخرين.
- **ثانياً:** رسالة، تحتوي على الرموز- لغوية، لفظية، أو غير لغوية، أو غير لفظية - التي تعبر عن المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني
- **ثالثاً:** مستقبِل أو متلقي يستقبل الرسالة ومحتواها.

والمتلقي هو من تتوجه إليه العملية الإتصالية والتلقي هو قدرة المتلقي وإمكانياته لاستلام الرسالة ومدى الاستجابة لها سلبا أم إيجابا.

شروط القائم بالاتصال Communicator :

لقد حدد ديبرلو الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال وهي:

- توفر مهارات الاتصال، وهي خمسة، (مهارة الكتابة، مهارة التحدث، مهارة القراءة، مهارة الإنصات، مهارة القدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.
- أتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع، ونحو المتلقي، وكلما كانت هذهِ الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.
- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الأجتماعي والثقافي، وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه، يؤثر على فعالية الاتصال.

خصائص القائم بالاتصال في البرامج الثقافية:

أن القائمين بالأتصال في البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية من مخرجي ومعدي ومقدمي هذه البرامج يتطلب أن يكون من الكوادر الإعلامية المتخصصة كي يتحقق الهدف المطلوب من البرامج الثقافية إلى المتلقين بشكله الأمثل، لذا يتطلب توفر بعض الخصائص منها:

- يجب أن يكون القائم بالأتصال مؤهلاً تأهيلاً إعلامياً عاماً أو متخصصاً في وسيلة إعلامية معينة، كالتلفزيون أو الصحافة أو غيرها.

- يتطلب أن يكون مثقفاً وعلى درجة من الثقافة تؤهله أن يقدم البرنامج المعني بهِ، كأن يكون ملماً بالمسرح أو السينما أو الفن التشكيلي...الخ، وحسب أهتمامات البرنامج الذي يقوم بالمساهمة بهِ، لا أن يكون مقدماً أو معداً بسيطاً شكلياً، بل يتطلب منه أغناء وتطوير المادة المراد إيصالها للمشاهدين أن الثقافة الواسعة والخبرة في الحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي والإلمام الجيد بمختلف الموضوعات وفي مجالات متعددة يعتبر أكثر فائدة من التعليم الضيق، ومع ذلك فهناك تعليم وتدريب خاص يتعلق بطبيعة وظروف البرنامج والقائمين عليه، فالثقافة تختلف عن التعليم والمقصود بالمستوى الثقافي للمخرج أو المعد أو المقدم هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله، وربما أحياناً أن بعض البرامج تحتاج إلى قائمين بالأتصال ذو ثقافة موسوعية، وشخصية رزينة عميقة الفهم جديرة بالثقة وقادرة على كسب الأحترام وليس شخصية مسطحة دون عمق ودون حضور ذهني ملموس.

- عليه أن يكون ملماً بالحياة الثقافية في البلد على الأقل بشكل عام والنشاطات التي تقام في مختلف المجالات الثقافية.

- كما يتطلب معرفته بأهداف البرامج الثقافية وما تريد أن توصله للمتلقين وضمن إستراتيجية المؤسسة التي يخضع لها وليعكس ذلك في توجهاته.
- عليه أن يكون كفوءاً ويقدم معالجة إعلامية للأحداث والظواهر والتطورات المختلفة التي تصاحب الحياة الثقافية، ويعرف جيداً طبيعة الشريحة الأجتماعية التي يتوجه لها.
- على مقدمي البرامج الثقافية الأهتمام الجيد بمظهرهم الخارجي وأسلوبهم ولغتهم، ففي التلفزيون تصبح المسألة مهمة جداً لأن المشاهد سرعان ما يكتشف ويفرق بين المقدم الناضج المتوازن وبين النجم التلفزيوني الذي يلمع فقط من فوق السطح.
- أن يكونوا من الملمين بأستخدام الأجهزة الحديثة والتعامل معها بيسر.
- على المقدم أن يكون لبقاً مهذباً، ملماً بكافة جوانب الموضوع وأن كان ضيفه أو محاوره موجود، وأن يمتاز بالإيناس والألفة و يجعل المشاهدين قريبين من قلبه وعقله. وأن يقدم مادته ببساطة ووضوح دون الإخلال بالمضمون، وعدم التكلف والأبتعاد عن التصنع وذو بديهية حاضرة. وأن لا يحول البرنامج إلى ندوة جامدة بل لا بد من الحيوية المستمرة طيلة البرنامج، كي يبقي الجمهور على تواصل جدي معه.

العلاقة بين الثقافة والإعلام والاتصال

أن من سمات عصرنا الراهن المهمة،هي تحول وسائل الإتصال الجماهيرية وخصوصاً التلفزيون إلى أدوات ثقافية، بل وأصبحت هي الوسيلة الرئيسية للحصول على الثقافة والإطلاع على جميع أشكال الإبداع الإنساني.

فالثقافة أداة إتصال وتواصل أساسية بين البشر، وذلك أن معظم خصائص العقل البشري والتي تميزه عن غيره تعتبر أداة للاتصال ، والثقافة تعني التفاعل والإتصال بين أعضاء المجتمع والإعلام الثقافي يعني أنتقال المعلومات أو

الأفكار أو الأتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة أو وسيلة إعلام إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز ويوصف الإعلام بأنه ثقافي حينما يقدم مضموناً ثقافياً، أو يقدم رسالة ثقافية معينة.

(وإذا كان الاتصال هو نقل المعاني عن طريق الرموز، فأن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام)[1]، فتناول الثقافة من الوجهة الإعلامية يساوي تناول الإعلام من الوجهة الثقافية فالإعلام الثقافي يسعى إلى إشاعة ونشر القيم الجمالية والذوقية والحسية والوجدانية في المجتمع ناهيك عن دوره ووظائفه الأجتماعية الأخرى.

يقول عبد المنعم الصاوي عن الثقافة والحضارة، (وإذا كانت الحضارة هي المظهر المادي للثقافة، فأن الثقافة هي المظهر العقلي للحضارة، والحضارة تترجم الثقافة إلى أشكال من الفنون كالتصوير والنحت وغيرها، وبهذا تدل على الثقافة دلالة مادية تبقى على مر الزمن)[2] ، أن الفن والثقافة بشكل عام كعمل إجتماعي، يمثل أعمق مظاهر النشاط البشري تعبيراً عن الاتصال و أشدها إثارة للانفعال وأكثرها تأكيداً لأستمرار التاريخ وتعاقب الأجيال وهو أداة تواصل مع الموجودات، ومن أهم النظريات الإعلامية، تلك النظرية التي تقوم على أساس التفسير الحضاري للإعلام، ومن أجل فهم طبيعته وأثره في العلاقات الإنسانية والدولية، وهي نظرية تصنف الحضارات تصنيفاً أتصالياً، فهناك الحضارة السمعية الشفوية، وهناك حضارة التدوين، ثم الحضارة الطباعية، واليوم حضارة الراديو والتلفزيون وهنالك مصطلح تيار الحضارة الآلية الحديث والذي يحاول أن يحل محل التربية التقليدية وأخذت الثقافة اليوم تتجه وجهة علمية فالإنسانيات في تقهقر ودراسة العلوم الطبيعية في تطور، ورغم أن العلوم المتنوعة

---

[1] عبد العزيز شرف، في تقديمه لكتاب البرامج الثقافية في الإعلام تأليف سهير جاد، ص 4

[2] عبد المنعم الصاوي، "عن الثقافة"، دار القلم، القاهرة، 1966م، ص15.

تساعدنا على فهم المادة وأستنباط قوانينها، لكنها قليلة الأهتمام بالإنسان، وهي شئنا أم أبينا تسعى إلى أغراض مادية، وليس غريباً أن تصبح أدوات تدمير بدلاً من أن تجمل حياتنا وتسمو بها إلى السعادة. واليوم نلمس انعكاسات ذلك بوضوح فقد أنحسرت منزلة الكتاب، وتبعه الراديو، فالحياة المعاصرة اليوم ترهق الإنسان وتتعب أعصابه بسبب شدة الصراع على العيش والقراءة مثلاً تتطلب مجهوداً أكثر مما يتطلبه التلفزيون مما تجعله يركن إلى أقل الجهود، فيكتفي بما يشاهده ويسمعه بكسل، وهنا تأتي مسألة الأختيار أو الفرض للثقافة، فنحن لا نستطيع أن نتثقف ثقافة حقيقية خصبة وعميقة دون أن نبذل مجهوداً، حينها سنقبل بأية ثقافة سهلة المنال ولا تكلفنا جهداً أو مالاً، كما أن هذهِ الثقافة بالوسائل الآلية كالقنوات الفضائية أو عبر الإنترنيت وغيره، ستقتل فردية الإنسان، فالجميع يشاهدون ويسمعون نفس الشيء، مما يعني أننا سنصبح نسخاً متشابهة، ولكن رغم هذا يمكنها أن تلعب دوراً إيجابياً في التثقيف، وهي ما زالت تتمتع بثقة الجمهور.

أن التلفزيون من خلال القنوات الفضائية وبما يملكه اليوم من امكانيات حديثة متطورة يعد من أرقى الوسائل الإعلامية الثقافية، وأكثرها نفاذاً وتأثيراً على البنية الأجتماعية والثقافية والأخلاقية للمجتمع، ولا شك أن ذلك يعتبر من أخطر مجالات التأثير في الحياة الإنسانية، فالصورة والكلمة والمعلومة أصبحت شكلاً ومضموناً من خلال القنوات الفضائية أهم أداة فكرية تعبر القارات والدول لتشكل تأثيراً على الرأي العام وعلى الثقافات الأخرى أن لغة الصورة من العناصر المرتبطة بالفكر الإنساني وتؤثر على الإنسان وأسلوبه في الحوار والتعامل والسلوك.

من المؤكد أن الثقافة والإعلام ليسا موضوعين منفصلين، بل هما مكملان لبعضهما البعض، وكلاهما يمثل ظاهرة أجتماعية متطورة عبر

العصور، بل وبينهما علاقة تفاعلية جدلية، فالإعلام يوضح لنا كيف تتغير وتتطور الثقافة بواسطة الأفراد الذين هم أنفسهم من خلقها.

(ولكن هذا التأثير محكوم بثقافة المجتمع فمن العسير تغيير القيم السائدة والمعتقدات والأتجاهات الشخصية تغييراً جوهرياً سريعاً عن طريق الإعلام ...وهذا هو تأثير الثقافة على الإعلام) [1].

فالاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، والثقافة تعبير عن تراكمات والقنوات الفضائية شئنا أم أبينا ترفع وتحسن مستوى معلومات البشر وتوسع آفاقهم وتساعد على تكوين ثقافة جماهيرية وخلق المناخ المناسب للتنمية البشرية، وبنشرها البرامج الثقافية والمعلومات الأجتماعية والعلمية والتقارير المختلفة تسهم بقسط كبير في خلق مناخ فكري يجعل الناس أن يعيدوا النظر في حياتهم وسلوكهم وينظرون إلى مستقبلهم برؤى جديدة، ومن الطبيعي أن يساعد ذلك الناس إلى الأنتقال إلى عادات جديدة، ربما سلبية أو إيجابية ولكن نحسبها ايجابية على الأرجح وننتظر أن تجري تغييرات كبيرة في المواقف والمعتقدات والمهارات والثقافة التي يمتلكها المتلقي.

أن الثقافة والفن نشاط أجتماعي يمثل أعمق مظاهر النشاط البشري جميعاً تعبيراً عن الإتصال، وأكثرها تأكيداً لاستمرار التاريخ وتعاقب الأجيال.

أن التلفزيون وسيلة إتصال ثقافية من الدرجة الأولى ولا يقتصر دوره على تقديم المعرفة والخبرات للمشاهدين من خلال الصوت والصورة الحية، بل هو يقترب من الإتصال الشخصي وقدرة على التأثير في الآراء والمواقف، بل قد يتفوق على الإتصال الشخصي، كونه يقدم التفاصيل الدقيقة وتحريك

---

[1] سامية حسن الساعاتي، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، الثقافة والإعلام، ديناميات التأثير والتأثر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الأجتماعية والجنائية للفترة 28-31ديسمبر 1983م،ص19.

الأشـياء الثابتـة بقـدرة كبـيرة ويعطـي للمـشاهد شـعورا بأنـه شـاهد عيـان عـلى الأحـداث التـي يشاهدها.

"وما يجعل التلفزيون متميزاً عن أشـكال الاتـصال المعروفـة هـو شخـصيته التركيبيـة، أي قابليته على أستخدام الصورة والصوت، والتقطيع، والمؤثرات الصوتية، فـالتلفزيون لـه القـدرة عـلى البث مباشرة لملايين المشاهدين، والتفسير الفني للحدث لحظة وقوعـه، هـذهِ القـدرة تقـرر عـاملي الزمان والمكان الحقيقيين على شاشة التلفزيون."[1].

أن الحياة العصرية وما يصاحبها من نمط وإيقاع سريـع حـتم أن تكـون وسـائل الاتـصال الحديثة وبالذات التلفزيون أدوات ثقافية، بل وتحـول اليـوم إلى وسـيلة جماهيريـة للحـصول عـلى الثقافة وللإطلاع على جميع أشكال الإبداع الثقافي، خصوصاً من الجمهـور العـادي والفقـير، فهـو أي التلفزيون يوفر الغذاء الروحي ويمد بالخبرة الثقافية الملايين وفي كل مكان ويصلهم في بيوتهم، وكما هو يزود المثقف والإنسان العادي، فهو مهم ثقافياً حتى بالنسبة إلى المشاهد الأمي الـذي لا يكلفـه عناء الذهاب إلى مكان ما أو شراء مطبوعٍ ما، فهو بالـضرورة يتعـرض للـمادة الثقافيـة التـي تقـدم بعدة طرق وبالتالي يتأثر بها ولو ببطئ.

الإعلام الثقافي المتخصِّص

الإعلام الثقافي المتخصص هو الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطـورات الحاصـلة في الحياة الثقافية، ويتوجه أساساً إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي[2]، ويسعى لمواكبـة الحياة والتفاعل معها كما أن الإعلام الثقافي يعكس مستوى تطور ونضج الحياة الثقافية ذاتها.

---

[1] أ. بورتيسيكي- أ. يوروفسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أبتـسام علـوان، بغـداد، وزارة الثقافـة والفنـون، 1978، ص49

[2] أديب خضور، الإعلام المتخصّص ،المكتبة الإعلامية، دمشق، 2003م،ط1،ص63.

يمكن تحديد أبرز سمات الإعلام الثقافي المتخصِّص على النحو التالي:[1]

المجال الثقافي:

إن مجال الإعلام الثقافي المتخصِّص هو المجال الثقـافي، ويعكـس تطـور المجـال الثقـافي في المجتمع درجة تطور هذا المجتمع وتزداد أهمية المجال الثقافي في المجتمع بأزديـاد مـستوى التطـور الحضاري لهذا المجتمع. وفي مرحلة معينة من تطور المجتمع، تتكدس التحـولات الثقافيـة وتتجمـع تراكمياً، وفي مستوى معين من تراكمها، تؤدي إلى تبدل نوعي، يبشر بتحول الثقافة – إنتاجاً وتوزيعاً وتلقياً- إلى حاجة عندئذ، يتحول المجال الثقافي إلى حياة ثقافية بالغة الخصب والغنى والتنوع.

الموضوع الثقافي:

يمتلك الموضوع الثقافي خصائص مميزة أبرزها:

- الموضوع الثقافي غير ملموس، بل هو أقرب إلى التجريد والتنظير.
- الموضوع الثقافي غير مرتبط بالهموم المعيشية المادية اليومية للفرد والمجتمع.
- موضوع نخبوي، بالرغم من الأتساع النسبي لدائرة المهتمين بهِ.
- موضوع يتضمن ويتطلب قدراً كبيراً من الإبداع.
- موضوع مفتوح لقراءات متعددة ومختلفة.
- موضوع يتميز بقوة حضور العامل الذاتي فيه.
- موضوع تتطلب معالجته لغة ذات مستوى أعلى وأرفع.
- موضوع يقدم لقارئه متعة وفائدة.
- موضوع يتطلب تلقيه وتذوقه متلقياً نوعياً.

[1] المصدر السابق، ص65، 66، 67

- موضوع مخادع. لا تطرح الأمور فيـه مبـاشرةً ، وهـذا مـا يجعلـه مناسـباً لطـرح أفكـار يتعـذر طرحها مباشرة في مجالاتٍ أخرى.
- موضوع لا يتصدر أولويات السلطة والرأي العـام. ولـذلك فـأن حـساسيته أقـل والرقابـة عليـه أضعف، وهامش حرية التعبير فيهِ أوسع.

لكن نجد أحياناً أهتماماً خاصاً ومفتعلاً من السلطات بهذا الجانب، في محاولة لكسب المثقفين إليها خدمة لمصالحها.

الحدث الثقافي:

تنعكس خصائص المجال الثقافي وسمات الموضوع الثقـافي عـلى الحـدث الثقـافي، وتجعلـه مختلفاً في المجالات الأخرى، بالمزايا التالية:

- الحدث الثقافي هادئ، وتطوره بطئ، وإيقاعه ليس سريعاً.
- مصادر الحدث الثقافي غير رسمية في الغالب.
- الشخصيات الفاعلة في الحدث الثقافي هي غالباً رجال الفكر والفن والثقافة عموماً.
- الحدث الثقافي عبارة عن عملية كاملة، تستدعي معالجتها وفهمها ضـمن الـسياق العـام الـذي أنتجها.
- يتعذر التعامل مع الحدث الثقافي إلا من خلال رؤية ذاتية معمقة له.
- ضخامة الحدث الثقافي وحدود آثاره المتوقعة ونتائجه الملموسة محدودة ومتواضعة.
- تسييس الحدث الثقافي قد يؤدي إلى بروزه، ولكنه يفقر مضامينه الثقافية.
- غالباً ما يكون الحدث الثقافي، هو الذي يسعى إلى المتلقي، ونادراً ما يكـون المتلقـي هـو الـذي يبحث عن الحدث.

الجمهور الثقافي:

علينا أولاً أن نجد تعريفاً للمثقف الفرد ومن ثم للجمهور المثقف، لقد بلغت تعريفات المثقف حداً من السعة والتنوع يصعب معه الأتفاق على تعريف محدد، ففي فرنسا، لم تظهر كلمة مثقف إلا في القرن التاسع عشر، رغم أن المثقف موجود منذ العصور القديمة حيث كان يفهم هو الشخص القادر على التكهن بالمستقبل أو من يملك المعرفة، أو البعض من كان يملك تميزاً بأمورٍ معينة وصولاً إلى المفهوم الحديث الذي يعتبر الذين يقدمون نتاجات فكرية وروحية أو ما شابه ذلك، والبعض يسميهم النخبة أو الصفوة، وتستخدم لفظة المثقف في الوقت الحاضر عربياً للدلالة على من له رأي أو من له مشروع تنويري ومن ثم توسع ليشمل معظم المتعلمين.

على أية حال يبقى التقسيم الذي يقسم الثقافة إلى ثقافة النخبة والثقافة العامة والثقافة الجماهيرية أو الشعبية، هو الذي يحدد طبيعة الجمهور لذا تتحدد طبيعة الجمهور الثقافي حسب مفهوم الثقافة المراد التعامل معه، ولكن يمكن تحديد أبرز سمات الجمهور الثقافي بما يلي:

أ- كمياً من ناحية الكم يعتبر الجمهور ضيقاً إذا كان الحديث عن الثقافة الرفيعة كونه نخبوياً، أما جمهور الثقافة الشعبية فهو أوسع، وجمهور الثقافة الفرعية أو المختصة بمجال محدد فهو الوسط نسبياً بين الأولين، ومع ذلك أن هذه الأعتبارات تخضع إلى المستوى الحضاري والثقافي للفرد والمجتمع، ومستوى تطور وغنى الحياة الثقافية في المجتمع، ومستوى توفر وطريقة توزيع وسائل أنتاج الثقافة وترويجها.

ب- أما نوعياً، فيمكن القول أن الجمهور الثقافي نوعي، بمعنى أنه أرفع وأرقى وأكثر أهتماماً وجدية من الآخرين. وتبقى المسألة نسبية تتوقف على نوعية الثقافة ونوعية الوسائل والنشاطات الثقافية.

ج-نقدياً، الجمهور المثقف الذي يمتاز بمستواه التعليمي الجيد وخبرتـه ومتابعتـه، مـن الـصحيح أن يتمتع بحس نقدي وتحليلي وإنتقائي، وبالتالي يصبح من الصعب أن تقدم لهكذا جمهور ما هو غـير مناسب أو غير مدروس بعناية حيث من الصعب إرضاؤه. ويعتبر جمهوراً إيجابياً وفعالاً.

د-يتميز المبدع عموماً بقدر من الذاتية والمزاجية، وقـد تختلـف هـذه الـصفة مـن مبـدع إلى آخـر، ولكنها سمة تسود في أوساط المثقفين.

هـ-الجمهور المثقف غالباً ما يكون منحـازاً، وقـد يـصل في تحيـزه إلى درجـة التعـصب، وقـد يكـون التحيز لأتجاه أو لمبدع معين أو لمدرسة معينة.

البرامج الثقافية

لا يمكن تحديد تعريف دقيق للـبرامج الثقافيـة لأننـا سـبق وأكـدنا أنـه لا يخلـو برنـامج تلفزيوني من محتوى ثقافي، كما أن بعض البرامج تعد ثقافية في بلد معين ولا تعد كذلك في بلدٍ آخر.

كما أن بعض البرامج المنوعـة والمجـلات التلفزيونيـة والـبرامج الـصباحية في العديـد مـن القنوات الفضائية العربية تنعـت بالثقافيـة وهنـاك مـن يعتبرونهـا بـرامج منوعـات عامـة، ويمكـن تعريـف الـبرامج الثقافيـة بأنهـا الـبرامج ذات الطبيعـة الخاصـة التـي تتوجـه أساسـاً إلى جمهـور المستمعين بهدف التثقيف العام والخاص ونقصد بالخاص الذي يتوجه إلى الصفوة من السياسيين أو الأدباء أو العلماء والبرامج الثقافية تتمثل في طبيعة الإنتشار الثقافي من الكبار إلى الـصغار في حركـة ديناميكية، كما تقوم عـلى نمـاذج لهـا قـدر مـن العموميـة وعـلى تبـسيط المعـارف والخـبرات تبعـاً للقدرات في مراحل النمو المختلفة، وبصورة مختلفة وبعبارات مختلفة عـن تلـك التـي تـستعمل في الحياة اليومية [1].

[1] عبد الحميد يونس، مجلة عالم الفكر، اللغة الفنية، الكويت 1971م.

هل الأثر الثقافي للتلفزيون قاصر على مواده الثقافية؟

بعض محطات التلفزيون وليست كلها ولا غالبيتها تطلق على بعض قطاعات برامجها عبارة البرامج الثقافية وتعني بها مجموعة البرامج التي تتعرض بشكل مباشر للأنشطة المتصلة بالآداب والنقد الأدبي والدراسات الأدبية والفنون التشكيلية والمسرح والعلوم والدراسات الإنسانية، وما إلى ذلك. وتقسيم البرامج إلى برامج إخبارية وبرامج ثقافية وبرامج ترفيهية أو فنية وبرامج تعليمية وبرامج أطفال وأخرى للمرأة وثالثة للفلاحين إلى آخر هذهِ السلسلة من الوحدات البرنامجية، أنما هو تقسيم أصطلاحي بحت ومقصود به في الدرجة الأولى تيسير عمليات الإدارة والأرتفاع بالمستوى الحرفي الإنتاجي وليس المقصود به تعريف طبيعة البرامج وتحديد نوعية جمهورها وما تخلفه فيه من أثر."

ويحدد المصدر الأكاديمي - البرامج التعليمية والثقافية – بالتعريف التالي، (هي البرامج التي تقدم من خلال الإذاعة والتلفزيون بهدف تبسيط موضوع أو فكرة ثقافية في شكل مقبول يستفيد من إمكانات الفن الإذاعي والفن التلفزيوني، وتتميز البرامج بالتجديد والتبسيط في تقديم ثمرات الفكر والفن والعلم على أوسع نطاق)[1] وكما نلاحظ أن التعريف أنطلق بشكل أساسي من المضمون.

" والواقع أن كل برامج التلفزيون يمكن أن يكون لها أثر في التكوين الثقافي للفرد والمجموع، سواء كانت برامج سينمائية أو حلقات مسلسلة أجنبية أو عربية....بل أن مثل هذهِ البرامج تترك أثرا ثقافياً في الفرد والمجموع بطريق غير مباشر، بأكثر مما تفعله البرامج والدراسات والندوات الجادة المتصلة اتصالا مباشراً بالأدب أو الفن أو العلم، والأثر الثقافي الذي تتركه قد يكون مباشراً أو

---

[1] م.س. البرامج التعليمية والثقافية

غير مباشر، بمعنى آخر أنه قد يكون عاجلاً، أو يظهر على المدى الطويل، ودون وعي من المستقبل"[1].

ويحدد الكتاب الأكاديمي - البرامج التعليمية والثقافية والصادر من جامعة دمشق- مركز التعليم المفتوح- كلية الآداب- قسم الإعلام، شروط البرامج الثقافية بما يلي،(البرامج الثقافية وسيلة لتحقيق الهدف الثقافي وعليها أن تستكمل عدة شروط تساعدها على تحقيق وظيفتها وعلى رأس هذهِ الشروط :

- أن يفيد من الإمكانات الإذاعية (المسموعة أو المرئية) في تقديم الثقافة للجماهير في شكل مقبول.
- أن يعتمد على تبسيط الثقافة تبسيطاً لا يهبط بمستواها وإنما يجعلها مفهومة.
- أن يتخطى عقبات الملل الذي يصاحب المادة الجافة، وأن يتحاشى أسلوب الإنتاج والتلقين، وذلك بأن تتسم بالتنوع بالموضوع والأسلوب والشكل، بما يتناسب مع أتساع مجالات الثقافة وتنوعها وغناها.
- أن تنوع البرامج الثقافية بحيث تحقق التنوع بين فروع الثقافة المختلفة.
- أن ترتبط هذه البرامج الثقافية بمفهوم الثقافة، بوصفها كياناً له مقوماته التي تميزه عن التعليم من ناحية وعن الإعلام والترشيد من ناحية أخرى.
- أن تضع في حسبانها أنها موجهة لغير المختصين وللشريحة الأكبر من المتلقين، بما يمكنهم من فهمها، وأستيعابها، ومتابعتها، والأستمتاع بها في الوقت نفسه.

(1) ص14ف1 –سهير سيد أحمد جاد- رسالة الدكتوراة بعنوان- البرامج الثقافية في التلفزيون- دراسة في تحليل المضمون – تلفزيون جمهورية مصر العربية- جامعة القاهرة –كلية الإعلام – أشراف د. سمير محمد حسين، عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة- د. سلوى أمام ، المدرس بقسم الإذاعة بكلية الإعلام- سبتمبر 1984م.

- أن تضع في حسبانها أحترام حق التعبير، وأهمية الحوار، وتعددية الآراء وتبتعد قدر الإمكان عن الرؤية وحيدة الجانب[1].

- أن معايير البرنامج الثقافي، هو أن يتوجه إلى المتلقين من عامة الناس من جهة بغية تثقيفهم، ويتوجه إلى المثقفين علمياً وأدبياً وأكاديمياً بغية تهيئة العقول لقبول الثقافة مهما تختلف فروعها، ومهما تكن مادتها.

- أن الاهتمام بالبرامج الثقافية هي ضرورة إعلامية من قبل القنوات الفضائية والتي تحاول من خلال رسائلها المختلفة أن تخلق مناخاً ثقافياً خاصاً يشد المشاهدين إليها، كما يلعب التلفزيون دوراً هاماً في رعاية الآداب والفنون والعلوم الأجتماعية، وخصوصاً أن له القدرة على الأرتقاء بالمستوى الثقافي لمتوسطي ومحدودي الثقافة وإشباع الحاجات الثقافية للمثقفين.

الدورة البرامجية التلفزيونية

بغية التخطيط العلمي لبرامج القنوات التلفزيونية، تقوم الإدارة المشرفة أو المسؤولة بوضع دورات برامجية فصلية، تتضمن العناصر المهمة والرئيسية لكافة البرامج التي ستقدم خلال الفصل مع حصة كل منها من ساعات البث وتضع الإدارة الأهداف العامة التي على ضوئها حددت تلك الحصص وما هو مطلوب من هذهِ البرامج، وغالباً ما تكون الدورات أربع أي لكل فصل دورة، ولكن ذلك ليس لزاماً فمعظم القنوات الفضائية العربية تتبع نظام ثلاث دورات فصلية، بسبب وجود شهر رمضان، حيث له خصوصية وتهيئ لهذا الشهر برامج منوعة خاصة تكون غالباً متميزة. كما تكون الدورة الشتوية لبعض القنوات ستة أشهر، وغالباً ما تواجه برامج الدورة الصيفية بعض الإشكالات بسبب الأجازات الدورية للعاملين.

(1) كمال بديع الحاج، والدكتورة بارعة شقير2006، ص288_289.

ومن خلال المتابعة واللقاءات الفردية مع المسئولين في القنوات الفـضائية العربيـة ، تبـين أن معظمها لا يلتزم بهذهِ الدورات البرامجية أو أنها غالباً ما تخضع للتغيير أو إلغـاء بعـض الـبرامج منها أو إضافة أخرى دون سابق أنذار، وبعض القنـوات يعـد دورة برامجيـة خاصـة بـشهر رمـضان. وتصنف على ضوء ذلك البرامج وحصة كل منها ضمن الـدورة البرامجيـة. وتخـصص بالتأكيـد حـصة للبرامج الثقافية في معظم القنوات الفضائية العربية.

وغالباً ما تكون الدورات البرامجية فصلية، أي ربيعية، صيفية، خريفية، شتوية.

التخطيط التلفزيوني:

أن الحياة اليوم أصبحت من التعقيد مما يتطلب البرمجة والتخطيط لكل شيء، فكيـف و القنوات الفضائية العربية التي أصبحت عاملاً مهماً في معظم أنماط الحياة، فالتخطيط في التلفزيون هو تفكير علمي سليم من أجـل تحقيـق الأهـداف المرسـومة التـي تحـددها سياسـة القنـاة ضـمن الخطط التي تضعها، ويعرف سعد لبيب التخطـيط التلفزيـوني بأنـه(توظيـف الإمكانيـات البـشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة الإعلامية والاتصالية مع الأستخدام الأمثل لهذهِ الإمكانيات)[1].

والتخطيط التلفزيوني في المجال الثقافي مهم وأساسي ولابد من أتبـاع أسـلوب علمـي مـن أجل تحقيق الأهداف المتفق عليها في المجال الثقـافي، ولا بـد مـن تحديـد الوسـائل والأسـاليب وتـوفير المتطلبات البشرية والمادية وأستثمار المتاح من أجل تنفيذ البرنامج بالفترة الزمنية المحددة، والتخطـيط هـو المرحلـة النهائيـة لوضـع الـسياسات الإعلاميـة ومـن ثـم ترجمتهـا إلى الواقـع الملمـوس، أي أن

[1] سعد لبيب، التخطيط التلفزيوني في دولـة الخلـيج، الريـاض، سلـسلة بحـوث ودراسـات تلفزيـون الخلـيج، 1985، ص11.

التخطيط ينفذ الأهداف أو السياسات المقرة، والتخطيط الثقافي هو جزء من أساسي مـن التخطـيط التلفزيوني.

موسيقى التتر:

قال كونفوشيوس: " لو أردت أن تعرف مقدار رقي أمة من الأمم فاستمع إلى موسيقاها".

هذا عن الموسيقى بشكل عام أما موسـيقى التـتر فهـي المقدمـة الموسـيقية التـي ترافـق البرنامج في بدايته ونهايته مع الأسماء والصور والكرافيك أوانها الموسيقى التصويرية للمسلـسلات أو الأفلام أو البرامج وهي الجندى المجهول الذي نادراً ما يذكر، وغالبا ما تكون عاملا من عوامل نجـاح البرنامج أو المسلسل وأصبح الأهتمام يزداد بهـا، حيـث شـعر العـاملون بأهميتهـا فى ربـط مـشاعر المشاهدين، وان عدم جودة موسيقى التتر أو الموسيقى التصويرية يؤدى بالتأكيد إلى ترك أثر سلبى ولو بسيط على هـذا البرنـامج أوالمسلـسل، و للـبرامج الثقافيـة خـصوصية إذ أنهـا تحتـاج إلى هـذه الموسيقى إذ يكون لها وقعا على المشاهد فهي جواز المرور الأول لنجاح البرنامج وجذب الجمهور.

وتوظف الموسيقى في بعض البرامج الثقافية كخلفية ساندة وأحياناً تكون واصـفة لجـوهر المادة التي يتوفر عليها البرنامج، وأحياناً تكون نابعة من بنية البرنامج الثقافي.

وهـي تكثيـف لمـضمون البرنـامج بمـدة لا تتجـاوز الدقيقـة وتـسير بـالتوازي مـع الـصور والكتابة والرسوم المرافقة.

ولا يختلف اثنان على دورها في التأثير على المشاهد. والمخرج هو صـاحب الاختيـار الأول لموسيقى التتر الملائمة لمقدمة ونهاية البرنامج الثقافي.

الإنتاج التلفزيوني:

الإنتاج التلفزيوني هي تحويل الفكرة إلى منـتج نهـائي a finished product مثـل كتـاب أو مسرحية أو فيلم سينمائي أو برنامج ثقافي أو غير ذلك كما تطلق هذه التسمية على جميع العمليات اللازمة لإنتاج برنامج للتلفزيون من الفكرة وكتابة النص وتوزيع الأدوار وحتى التسجيل وفي المجـال الإعلامي يشير المصطلح " المنتج" إلى الشخص المسئول مسئولية كاملة عن أي أنتاج إعلامـي ، (وقـد يطلق على الشخص الذي يقوم بالتمويل الخـاص بعمليـة الإنتـاج وكـذلك عـلى الـشخص المـسئول مـسئولية كاملـة مـن الناحيـة الإداريـة والماليـة والفنيـة وأختيـار مجموعـة العـاملين في الإنتـاج production teem وعن الإنتاج ذاته من ناحية أختيار المخرج والممثلـين والتوزيـع وتحديـد سـاعات الإنتاج production hours بالإضافة إلى مسئوليته القانونية أمام الجهـات المعنيـة، وإذا كـان المخـرج هو المسئول عن الحصول على المنتج النهـائي كعمـل فنـي إبـداعي فمـن البـديهي أن يكـون هنـاك تفاهم تام بين المنتج وبين المخرج، وقد يطلـق المنـتج يـد المخـرج بحريـة تامـة في جميـع خطـوات التنفيذ بشرط الألتزام بالميزانية المحددة للإنتاج)[1] ، أن الإنتاج في التلفزيون هو عبـارة عـن تحويـل الفكرة الخلاقة المصاغة فنياً على الورق على هيئة نص أو شبه نـص إلى مـادة مـسجلة عـلى شريـط فيديو أو تكون صالحة للبث طبقاً لمعايير محددة مقبولة ثقافياً وفنياً وفكرياً.

المخرج:

هو قائد العمل، وهو الرجـل المـسئول عـن إخـراج البرنـامج الثقـافي وتحويـل الألفاظ المكتوبة في النص إلى صور نابـضة في الحيـاة، لـذا يجـب أن يكـون ملـماً بكـل تفاصيل العمـل الـذي يتطلبـه البرنـامج الثقـافي التلفزيـوني، وهـو أشـبه بالمايـسترو أو قائد الفرقة الموسيقية، وينبغي أن تتـوفر لديـه خـصائص شخـصية معينـة تمكنـه مـن

[1] عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال، ص46،

النجاح، كاللياقة وحسن التصرف والتعاون، ويقوم بعد توزيع المهام والأشراف على الديكور والموسيقى وغيره، ويقوم بالأشراف على تسجيل البرنامج الذي يخرجه، ويجلس في غرفة المراقبة أمام المنضدة الرئيسية ويجلس على يمينه المونتير الإلكتروني وعلى يساره سكرتيرة البرنامج ويكون معها نسخة من السيناريو مثلاً أو فقرات البرنامج وكل الملاحظات والتعليمات والتوجيهات المهمة عنه ويقوم المخرج بمتابعة اللقطات التي يعدها المصورون ويقوم بإصدار أوامره بالأنتقال من كاميرا إلى أخرى.

كما يصدر تعليماته إلى مهندس الصوت وتكون السكرتيرة إلى جانبه تنبهه إلى المطلوب ، وهنا يتطلب منه قوة التخيل والمتابعة والتركيز على جميع تفاصيل العمل.

الإعداد والتقديم

معد البرنامج:

تعتبر وظيفة "معد البرامج" من الوظائف المهمة، فمعد البرنامج هو العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، كون الإعداد هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر الأخرى مثل (التقديم، التصوير، الديكور، الإخراج، المونتاج ...الخ) كما أن هذه العناصر تحول ما كتب على الورق إلى واقع ملموس و هذا النوع من الوظائف هو خليط من الموهبة والعلم والممارسة.

من هو معد البرامج؟

هو الشخص الذي يقوم بإعداد العمل التلفزيوني، وتطلق كلمة إعداد على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية.

وهناك نوعية معينة من البرامج تعتمد على السيناريو الذي يقدمه المعد أو الكاتب، لكن هناك برامج أخرى يقوم المعد فيها باختيار الموضوع والأشخاص المشاركين والاتصال بهم من أجل المشاركة في البرنامج والاتفاق معهم على كافة الخطوات وطبيعة الأسئلة التي سوف توجه لهم من قبل مقدم البرنامج في حواره مع الضيوف.

وعلى الكاتب قبل أن يبدأ كتابته أن يفكر ويتخيل في كيفية ظهور ما يكتبه على الشاشة، كما أن على معد البرامج أن يستوعب جيدا مقومات صياغة الرسالة التلفزيونية، وكيفية استخدام كل عنصر فيها، لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته ومشاعره وكل ما يريد توصيله للمشاهد.

فالصورة ومكوناتها وزوايا التقاطها وشكلها وحجمها والأضواء والملابس والماكياج وحركات وإيماءات الشخصيات كلها عناصر على الكاتب أن ينتبه لها في النص الذي يكتبه على شكل تعليمات.

أن هذه العناصر المرئية والصوتية وتفهم التقنية التلفزيونية وأجهزة الإنتاج من كاميرات وغرفة مراقبة وتحكم ومكان الإنتاج، وكيفية تنفيذ الإنتاج وهل سيتم تسجيل المنتج أو سيعرض مباشرة، كل هذه العناصر والمقومات تشكل فن الإعداد التلفزيوني.

وبما أننا نتكلم عن معدي البرامج، فيجب التنويه أن بعض البرامج الثقافية والعامة في القنوات الفضائية العربية يعدها ويقدمها نفس الشخص وهذا يتطلب منه الأنتباه والإلمام بجزئيات البرنامج كافة، وأحيانا يكون ذلك مصدر قوة ونقطة إيجابية، وفي أحيان أخرى أخرى يكون مصدر ضعف وجهد

ضائع، وهذا يتطلب إعادة النظر ومراعاة التخصص لابتغاء الدقة في المعلومة وتقديم الأفضل للمشاهد.

السمات والمؤهلات التي ينبغي توفرها في معد ومقدم البرامج:

- تشترط معظم القنوات التلفزيونات العربية توفر مؤهل جامعي، وتمكن من اللغة العربية والإنجليزية.
- القدرة على التعبير عن الأفكار وتتجلى هذه القدرة في مقدرته على الكتابة.
- القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين وتحصيل المعلومات من خلال قدرته على القراءة والاستماع.
- مستوى معرفي جيد بالموضوعات التي يكتب فيها أو يقدمها البرنامج.
- المعايشة للواقع والإحساس بمشكلات مجتمعه وموضوع برنامجه.
- القدرة على التخيل والابتكار.
- الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية.
- الإلمام بالتشريعات الإعلامية وهذه مسألة مهمة اليوم لتجنب الوقوع في المشاكل التي قد تخلق بسبب عدم الدراية.
- فهم التلفزيون كوسيلة إعلامية وخصائصها ومقوماتها.
- الإلمام بالثقافة العامة، حيث أن هذه الثقافة تعد جزءًا لا يتجزأ من مدركات المعد أو المقدم ورصيدا مهما من المعلومات التي كثيرا ما تعينه على أداء عمله بسلاسة.
- التزود بالثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني، وما يرتبط ببرنامجه كالموسيقى والتذوق الفني والتمثيل والنظريات الأدبية والفنية المختلفة لمن يعمل في إعداد أو تقديم البرامج الثقافية، أو عن العلوم والفنون التي تتصل بتخصص دقيق يكون المعد أو المقدم قد أختار العمل فيها.

- كما يجب أن يتمتع بالمرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت، وهذا أمر يتعلق بطبيعة الإنتاج التلفزيوني، حيث تحدث العديد من المفاجآت والظروف المستجدة في كثير من الحالات.

تحليل المضمون Content Analysis

تختلف آراء أساتذة مناهج البحث حول طبيعة تحليل المضمون ، فهل هو مجرد أداة لجمع المعلومات التي تعتمد إجراءات منظمة وموضوعية وكمية لوصف المضمون وقياس العلاقات بين المتغيرات، أم طريقة من طرق البحث، والرأي الأخير هو المرجح، وقد تطورت أستخدامات تحليل المضمون، حيث يوجد أتجاهان أساسيان في مجال أستخدامه يركز الأول على الأستخدامات الوظيفية ويركز الثاني على مستوى التحليل.

هنالك عدة تعريفات لتحليل المضمون، أوضحها هو الذي وضعه كرلينجر Kerlinger عام 1973م، بأنه(طريقة دراسة وتحليل الاتصال بطريقة منتظمة، موضوعية، وكيفية، بغرض قياس المتغيرات)، كما هنالك التعريف الذي وضعه بيرلسون Berelson عام 1952م، والذي يعرف "تحليل المضمون" (هو تكنيك بحثي للوصف الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهر للاتصال) وهذا التعريف أكثر أنتشاراً ويتفق مع الأول في جوانب كثيرة على الرغم من أن التعريف الأول أكثر شمولاً، لأنه أضاف الوصف الكمي لمضمون الاتصال.

ويذهب محمد الوفائي 1989م، إلى وصف تحليل المضمون بأنه (طريقة مقننة وهي ليست منهجاً كما يسميه البعض، فهو ليس منهج تفكير، وإنما هو

وسيلة لجمع البيانات، وأسلوب للملاحظة أو المشاهدة أو تتبع الظاهرة بغرض تحليلها بتعميمات أو الإجابة عن تساؤلات أو جمع معلومات لرصد ظاهرة)[1].

فتحليل المضمون هو الطريقة المنهجية التي نستخدمها لكي نصف مضمون الاتصال سواء كان شفهياً أو مكتوباً أو من خلال الراديو أو التلفزيون مذاعاً، وموضوعياً بطريقة منظمة منهجية، بغرض أختبار فروض علمية أو الإجابة عن تساؤلات بحثية.

لذا فتحليل المضمون هو طريقة منظمة وكل مراحلها تتم طبقاً لقواعد واضحة ومتسقة مع بعضها البعض، وثابتة. ويتسم تحليل المضمون بأنه موضوعي، أي أنه يجب أن يتم بمعزل عن تحيزات وأهواء الباحث وأنه يجب أن نحصل على نفس النتائج إذا كررنا التحليل بنفس طريقة البحث، (ومع ذلك فيجب التنويه بأن الموضوعية الكاملة مائة بالمائة لا تتحقق في تحليل المضمون لأن تحديد فئات ووحدات التحليل المتضمنة في البحث تخضع في أحوالٍ كثيرة لذاتية الباحث)[2].

كما أن تحليل المضمون يعتمد على القياس الكمي، وهذا يعني أن هدفه الوصف والشرح الدقيق لكم كبير من الرسائل، فالعد والقياس الكمي هام لتحقيق الدقة أولاً ، وثانياً لقياس العلاقة بين المتغيرات، وأستخدام الأدوات الإحصائية.

أما أستخدامات تحليل المضمون ، فلم يعد يكتفي بالوصف، بل ويتعداه إلى أختبار العلاقات السببية، وأختيار فروض لبناء وتطوير النظريات الاجتماعية

---

[1] مناهج البحث الإعلامي وطرق الإبداع الصحفي، تأليف وإعداد عطا الله الرمحين، نزار ميهوب، نهاد محمود، عبد الله قيسية، منشورات جامعة دمشق- كلية الآداب- قسم الإعلام، مركز التعليم المفتوح، مطبعة جامعة دمشق، ط1، ص118.

[2] المصدر السابق، ص119.

والإعلامية، ومن الأستخدامات الوظيفية لتحليل المضمون هـو وصـف مـضمون الاتـصال، أي مجـرد وصف المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام، ولا تكتفي بعض الدراسات بهذا الوصف، وإنما تتجاوزه إلى تحليـل إتجاهـات المـضمون، كـما يـستخدم تحليـل المـضمون لـربط خـصائص مـصدر الرسـالة الإعلامية، بخصائص الرسالة التي ينتجها هذا المصدر، وبالتأكيـد تختلـف خـصائص المـضمون الـذي تنتجه الوسيلة الإعلامية ذاتها باختلاف التوجه السياسي أو الثقافي للصحيفة أو التلفزيون ...الخ.

كما يستخدم تحليل المضمون لمقارنة مضمون وسائل الاتصال بالعالم الحقيقي، وفي تقييم صورة جماعة معينة في المجتمع والهدف مـن أسـتخدام تحليـل المـضمون هـو دراسـة كـم ونوعيـة التغطية الإعلامية لكـل الفئـات والجماعـات في المجتمـع لرصـد إتجاهـات التغطيـة. كـما يـستخدم لتطوير وإختيار نظريات علمية.

ويمر تحليل المضمون بعـدة إجـراءات تبـدأ بتحديـد مـشكلة البحـث وصـياغة الفـروض والتحليل وبناء الفئات، وأجراء أختبار الثبات ومن ثم تحليل البيانات وتفسير النتائج.

وتحليل المضمون حـسب تعريـف دائـرة المعـارف الدوليـة للعلـوم الأجتماعيـة، بأنـه أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتـوى وسـائل الإعـلام المطبوعـة والمـسموعة والمرئيـة، وذلـك بأختيار عينة من المادة موضوع التحليل وتقسيمها وتحليلها كمياً وكيفياً على أساس خطـة منهجيـة منظمة.

مفهوم التأويل

يهدف التأويـل في أصـوله القديمـة إلى تفـسير النـصوص الدينيـة المقدسـة والكلاسـيكية لأنهـا تتطلـب فهـما مـن قبـل المتلقـي الـذي كـان يـشعر بغمـوض

معناها، وقد أصبح مصطلح التأويل علما عاما في الفهم ومنهجا لتفسير ظواهر العلوم الإنسانية والطبيعية، وبدأ التأويل مع بدء اللغة وكان يمثل الخطاب الملفوظ أو المكتوب، وفي هذا الشأن يقول الفيلسوف أرسطو

(تتشكل الأصوات المتلفظ بها رموزا لحالات النفس، كما أن الكلمات المكتوبة تشكل رموزا للكلمات المتلفظ بها داخل الكلام)[1] .

أن التأويل بالمعنى الأرسطي لا يذهب إلى تلك العلاقة الدينامية بين مختلف الدلالات داخل النص، أي ما تمارسه لغة داخل لغة ثانية، بل يقتصر على ما تفعله أصلا اللغة الأولى بتوسطها علاقتنا بالأشياء عبر علاماتها ورموزها.

وقد انشغل العرب والمسلمون بالتأويل فها هو الفيلسوف ابن رشد يقتفي اثر أرسطو ويعرف التأويل بقوله (انه إخراج دلالة اللفظ من الدلالة الحقيقية إلى الدلالة المجازية من غير أن يخل ذلك بعادة لسان العرب في التجوز من تسمية الشيء بشبيهه أو سببه أو لاحقه أو مقارنة أو غير ذلك من الأشياء التي عددت في تعريف أصناف الكلام المجازي)[2].

أما الجرجاني فقد ذكر، (أن المعنى إذا أتاك ممثلا فهو في الأكثر ينجلي لك بعد أن يحوجك إلى طلبه بالفكرة وتحريك الخاطر والهمة في طلبه وما كان منه ألطف كان امتناعه عليك أكثر واباؤه اظهر واحتجابه اشد)[3] .

وفي العصر الحديث اخذ التأويل دلالات محدثة حيث يعرفه منصف عبد الحق (انه العلم الابستمولوجي الأساسي الذي من خلاله يتم التعقل وإنتاج المعرفة قبل أن يكون مجموعة أفكار وتصورات حول الألوهية والإنسان والكون)[4].

---

[1] بول ريكور ، النص والتأويل، تر جمة منصف عبد الحق ، مجلة العرب والفكر العالمي، بيروت ع3 ،ص51 ، 1988

[2] ابن رشد ، فصل المقال ، فلسفة ابن رشد، إشراف سميح الزين ، بيروت ، دار الآفاق الجديدة 1987 ، ص 22

[3] عبد القاهر الجرجاني، أسرار البلاغة، ط3 ،تحقيق ه، ريتلا ، بيروت ، دار المسيرة ، 1983،ص126.

[4] منصف عبد الحق، اللغة وإشكالية التأويل، مجلة الوحدة ، المغرب ، ع5، 1982 ،ص 128

أما باتريس بافيس فيحدد التأويل في قاموسه بأنه (منهج لتفسير النص أو العرض وهذا التفسير يقترح معنى يأخذ في اعتباره موقف المتلقي من الإفصاح عن رأيه وتقييم العمل الفني)[1].

يرتبط التأويل بشبكة واسعة من قضايا الإنسان وعلاقاته بالمجتمع حيث يعكس القيم والمبادىء والأعراف لذلك المجتمع أو يستند إليها ويخضع لضروراتها ومن هنا تختلف العملية التأويلية من مجتمع لآخر ومن فرد إلى آخر.

التأويل في اللغة:

عرف اللغويون معنى التأويل في اللغة، وأوضحوه بشكل محدد ودقيق نذكر من تلك التعاريف التالية:

قال ابن الأثير في النهاية: (والتأويل: هو من الشيء يؤول إلى كذا، أي رجع، وصار إليه).

وقال الراغب الاصفهاني: (التأويل من الأول، أي الرجوع إلى الأصل. ومنه الموئل للموضع الذي يرجع إليه. وذلك هو رد الشيء إلى الغاية المرادة منه، علما كان أو فعلا، ففي العلم نحو: (وما يعلم تأويله إلا الله والراسخون في العلم...) وفي الفعل كقول الشاعر: وللنوى قبل يوم البين تأويل) ، أي بيانه الذي هو غايته المقصودة منه.

وقد حدثت على مر العصور معركة فكرية حول منهج التأويل وما أنتجه من فكر ومعرفة.

- أن التأويل أسلوب معرفي عام يستعمله العقل البشري لاكتشاف الغوامض مما يشير إليه اللفظ أو الحدث أو الرمز، فقد اعتاد الناس ولأسباب

[1] باتريس بافيس ، قاموس المسرح ،ادوات ومصطلحات ومفاهيم التحليل المسرحي، ترجمة ، احمد المأمون ، المغرب ، 1980 ، ص 312

فنيــة أن يعــبروا عــن مقاصــدهم أحيانــا بطريقــة لا تكــشف إلا بالتأويــل، كــما أن بعــض الأفعــال والحوادث الصادرة عن الإنسان أو الحيوان أو النبات أو الجماد إنما هي رموز تكـشف عـن حقيقـة غير مصرح بها في ذلك الفعل أو الحدث، واستنتاجها هو التأويل.

الخلاصة: تمثل الثقافة مجموع الظواهر المميزة التي يختص بها المجتمع، فالثقافة هـي محور حيوية المجتمع وأداة دوامه وتجدده، وقد عرف تايلور (الثقافة بأنها ذلك الكل المركب الـذي يشمل المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعرف، وكل القدرات التي يكتسبها الإنسان مـن حيث هو عضو في المجتمع)[1].

كما القينا الضوء على المفهوم العام والشامل للثقافة بمفهومها الحـضاري والأجتماعـي، لـذا فأننا نتناول البرامج الثقافيـة مـن منطلـق أهتمامها بـالمجتمع ككـل بأعتبـاره محـوراً للثقافـة، لـذا فالبرامج الثقافية هي البرامج التي تسعى إلى التركيز على الجوانب الـسلوكية الإيجابيـة، والمـساهمة في تطوير المجتمع والنهوض بهِ في حياته المتجددة، بما فيها من أفكـار وأتجاهـات ، وكـل مـا يخـص سلوك الناس وأهدافهم وتطلعاتهم.

إنتاج البرنامج التلفزيوني

أن إنتاج البرامج التلفزيونية تخضع لإدارة عامة تقوم بدراسة فكرة البرنامج وتعـديلها إذا لزم الأمر، تضيف أو تحذف منها، وعندما تلقى الفكرة القبول يبدأ التخطـيط الفنـي لإنتاجهـا، كـما تعد لها التكاليف المالية والعقود اللازمة وتكاليف الإنتاج وغير ذلك.

[1] نصر محمد عارف، الحـضارة المدنيـة، دراسـة لـسيرة المـصطلح ودلالـة المفهـوم، واشـنطن، المعهـد العـالي للفكـر الإسلامي، 1995م، ص19.

ويخضع إنتاج البرنامج التلفزيوني إلى عدد من الخطوات الهامة والرئيسية وهي:[1]

أولا، الفكرة:

حيث يتم دراسة الفكرة المطلوب تنفيذها للبرنـامج ومـدى صـلاحيتها وموافقـة الرقابـة والمصنفات الفنية ومدى استجابة المشاهدين لها من خلال تقارير يتم إعدادها في هذا الشأن.

ثانياً، نوعية المشاهد:

يتم فيها تحديد نوعية المشاهد حتى يمكن تقديم البرنامج بالشكل الذي يناسـب هـذه النوعية من المشاهدين، وقد تكون نوعية المشاهد من النخبة أو رجال الفكر أو العامة...الخ.

ثالثاً، الزمن:

حيــث يــتم دراســة الوقــت المطلــوب فيــه عــرض البرنــامج عــلى أن يــرتبط بنوعيــة المشاهدين..فلا يصح مـثلاً أن نقـدم برنـامج للمـوظفين خـلال الفـترة الـصباحية التـي يكـون فيهـا الموظف في المصلحة التي يعمل بها أو نقدم برنامجا للطلاب خلال فترة الدراسة..وهكذا.

رابعاً، المادة العلمية:

وتأتي خطوات إعداد المادة العلميـة للبرنـامج مـن المختـصين أو الخـبراء أو المؤسـسات أو الهيئات المتخصصة..الخ.

---

[1] سعيد الكيلاني، أنتاج المواد الإعلامية،ص127

خامساً، النص:

يتم إعداد النص الذي سوف يصاحب الصورة..ومن هنا يجب اختيار الكاتب الذي يقدم النص الذي يخدم البرنامج المطلوب إنتاجه.

سادساً، عرض البرنامج:

انه من الضروري معرفة الطريقة التي سيعرض بها البرنامج بمعنى هل سيعرض على الهواء مباشرة أو خلال التسجيلات أو عن طريق الأستوديو أو المكاتب الإعلامية.

سابعاً، مقدم البرنامج:

وتأتي خطوة أختيار مقدمي البرنامج وذلك حسب أهمية البرنامج ونوعيته وهل يعتمد على مقدم واحد أو أكثر.

ثامناً، الإمكانيات الفنية:

يجب دراسة الإمكانيات الفنية المتمثلة في أستخدام الديكور والمواد المصاحبة للنص من رسوم أو خرائط أو وسائل توضيحية بالإضافة إلى أستخدام الملابس والإكسسوارات والماكياج وغيرها..وتوفير كل هذه العناصر الفنية ولوازمها.

تاسعاً، تجهيز الكاميرات:

ثم تأتي خطوة تجهيز الكاميرات ومعدات الصوت والإضاءة والمؤثرات الصوتية الخاصة والمطلوب أستخدامها وكذلك أعداد وتجهيز أجهزة قياس الصوت والإضاءة.

عاشراً، تحرير العقود:

وتأتي مرحلة تحرير العقود والإرتباط النهائي بالميزانية التي تشتمل عادة على أيجار الأستوديو وأجور المشتغلين في البرنامج وإيجار الملابس والإكسسوار وأعمال الديكور والتصوير الخارجي إن لزم الأمر.

أحدى عشر، استمارة التنفيذ:

وهنا يجب أن تحرر أستمارة التنفيذ التي يدون فيها أسم البرنامج وفكرة مبسطة عنه ومدته الزمنية – وعدد الحلقات- ووقت التنفيذ- وموعد حجز الأستوديو- والتصوير الخارجي إن لزم الأمر – وحجز الكاميرات- ونظام التصوير فيديوتيب أو تلي سينما أو قمر صناعي بالإضافة إلى بيانات أخرى في الإستمارة الخاصة بالبرنامج والتي تشتمل على أسم المخرج وأسماء المتعاونين...الخ.

يتضح لنا مما سبق كيفية أنتاج برنامج تلفزيوني بشكل عام، ولكن للبرامج الثقافية خصوصية تتطلب أختيار موفق للقائمين بالاتصال من مخرجين ومعدين ومقدمين كما أسلفنا.

الإنتاج المحلي:

يعتبر أنتاجاً محلياً كل برنامج قامت بإنتاجه مؤسسة تلفزيونية وطنية، وذلك بغرض عرضه ضمن برامجها التلفزيونية، أو إذا قامت بإنتاج البرنامج مؤسسة فنية إعلامية وطنية لحساب مؤسسة التلفزيون الوطنية ليعرض ضمن برامجها، ويشترط أن يتناول أحد أوجه الثقافة المحلية.

القنوات الفضائية

يشكل البث الفضائي اليوم عصب الاتصالات الدولية، فقد ألغيت المسافات وغدا الإعلام الفضائي يشكل قضية سياسية في عصر تكنولوجيا

الاتـصال، حيـث أتاحـت الأجهـزة الاتـصالية المتطـورة اليـوم الاتـصال الـسريع والمبـاشر ومعايـشة الأحداث، أولاً بأول، وقد أصبحت القنوات الفـضائية مـن الموضـوعات التـي تـشغل أهـتمام صـناع القرار والرأي العام والقادة، كونها وسيلة من أنجح الوسائل وأضمنها وأكثرها تأثيراً لتحقيق الاتـصال المطلوب. وبلا شك فأن القنوات الفضائية اليوم تمثل أكبر وأخطر إنعطاف في ثورة الاتصالات.

وإزاء هذه التطورات المتواصـلة في تكنولوجيـا الاتـصالات، بـدأت العديـد مـن القنـوات الفضائية العامة والخاصة تلعب على أوتار المكبوت العاطفي، ونجحت في أجتذاب نسبة عالية مـن الجمهور من خلال البرامج الترفيهية وأخرى أخذت تعمل على عنصر المكبـوت الـسياسي مـن خـلال برامج تستخدم الإثارة في العرض والتقديم، في الوقت الذي تفتقـد فيـه القنـوات الفـضائية العربيـة الرسمية قدرتها على المنافسة.

المضمون في البرامج الثقافية

اعتادت الكثير من القنوات الفضائية العربية أن تقدم برامج ثقافيـة خالـصة موجهـه إلى الصفوة المثقفة التي قد لا تناسبها البرامج الثقافية التي تقدمها المحطات العامة.

وإذا كانت الوظيفة الإعلامية تتمثل في نقل الـتراث الثقـافي وتنـشئة الأجيـال الجديـدة في المجتمع من أجل تحقيق التآلف بين لأفراد المجتمع وتطوره وتنميتـه حيـث يكتـسب الفـرد ثقافـة جماعته أي أسـاليبها الأجتماعيـة، والتنـشئة الاجتماعيـة هـي عمليـة مـستمرة مـن الطفولـة حتـى الـشيخوخة، أن أبـرز المـضامين التـي تؤكـد عليهـا الـبرامج الثقافيـة هـي الأدب وفنونـه والقـضايا والنشاطات الأدبية من شـعر وقـصة وروايـة ونـثر ومـسرح ومنـاهج النقـد والـتراث الأدبي، القـديم

والحديث، كما كان لدراسة تجارب الشعوب الأخرى في مجال الأدب حصة ضمن العديد من البرامج الثقافية.

تضمنت العديد من البرامج الثقافية مواضيع متنوعة المضامين والأشكال، بدءاً من المواضيع المعنية بالثقافة الرفيعة إلى الثقافة الخفيفة عبر مختلف أشكالها كالسينما والمسرح والموسيقى والغناء والفن التشكيلي والرقص والباليه، كما ساهمت بعض البرامج المنوعة إلى نقل القيم وأنماط السلوك الإيجابية وبأشكال فنية مختلفة كما كان للجوانب النقدية في شتى الفنون المذكورة نصيب جيد، لكن كل ذلك ظل مرهوناً بعدد ضئيل من القنوات الفضائية العربية.

أن نجاح البرامج الثقافية يتطلب تخليصها من الطابع الإخباري ومعالجة نوعيتها، وأن تطويرها يرتبط بتطوير مضمونها وتحقيق التكامل بين الشكل والمضمون، ويحتاج من مخرج ومعد البرنامج أن يحدد بدقة الأفكار التي يراد توصيلها للمتلقي وتحديد الأهداف وبالتالي تعيين المصادر التي يمكن أن يستخدمها ويستفاد منها معدوا البرنامج الثقافي.

البحث يحاول من خلال الأستبيان الذي حدده أن يحدد المصادر التي يعتمد عليها القائم بالأتصال. كما أن البرامج الثقافية الموجه إلى النخبة كانت تقدم مضامين تراعي التقاليد الجمالية وكان الجمهور المتتبع لها وهو عادة ما يكون من المثقفين يستجيب لها ويتابعها في حسٍ نقدي، وهذه البرامج تصل أحياناً إلى درجة من الحرفية الدالة على الموهبة والعبقرية في مجال الأختصاص، لاسيما أذا كان من يعد أو يقدم هذا البرنامج من الصفوة الثقافية أو يتم تحت إشرافها وهؤلاء قمم في مجال الجماليات والثقافة والترفيه، ويمكن القول أن ثقافة الجماهير قد أستمدت أساسياتها من ثقافة الصفوة التي كانت هي الأساس في بناء صرح الثقافة المعاصرة، والخوف أن تبتعد الثقافة الجماهيرية

عن ثقافة وأشراف الصفوة وبالتالي تعم الثقافة السطحية والساذجة والتي تحرم المتلقي من التفكير أو البحث أو الأستنتاج. وغالبية المضمون الثقافي تنقله اليوم وسائل الإتصال الحديثة وخاصة الفضائيات، وتترك هذهِ البرامج أثرها الثقافي في المشاهد بطرق مباشرة وغير مباشرة.

الخلاصة:

أن التلفزيون اليوم أصبح يؤثر ثقافياً، ليس من خلال مضمون البرامج الثقافية التي يقدمها، بل أنه ينتقي للمشاهد محتوى وتوجه هذه الثقافة، وهنا يؤكد أديب خضور، (أهمية الدور الثقافي الذي تلعبه وسائل الإعلام الجماهيري في الوقت ذاته، لأن دورها لم يعد يقتصر على توصيل ونشر الثقافة، بل أصبحت تؤثر بشكل أساسي في عملية إنتقاء محتوى الثقافة، وحتى في إبداع هذا المضمون. ومرة أخرى نجد وسائل الإعلام الجماهيري تقع في ملتقى طرق مشكلات الثقافة الحديثة، لأنها أتت لترفد طرائق التحصيل الثقافي التقليدية)[1] .

البرامج الثقافية وكفاءة المتلقي

أن أهم المشكلات التي تواجه البرامج الثقافية في التلفزيون تتعلق بقدرة القائمين بالاتصال عليها في تحديد حاجات المشاهدين وبالتالي وضع الخطط لبرامج ثقافية تلبي حاجة المتلقين وأفضل القوالب والأساليب والمواضيع التي تنمي حقاً الوعي لديهم، مستفيدين من المزايا التي تتوفر في البث التلفزيوني.

لقد ساعد انتشار التلفزيون وما يتمتع به من خصائص جعلته مؤثراً في الحياة الأجتماعية والثقافية، حيث نجح في الوصول بالمشاهد إلى مكان الحدث وأخذ يؤثر على الأفكار والقيم والأتجاهات والسلوك، وأكدت الدراسات الحديثة

[1] أديب خضور،أستاذ الصحافة في جامعة دمشق، دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية 14، ط1، دمشق1998.

أن للتلفزيون آثاراً إيجابية ومفيدة من حيث كونه وسيلة توعية مهمة فهو في كل ما يقدمه يكون له أثرا ثقافيا مباشرا أو غير مباشر، وقد يكون هذا التأثير مجرد إضافات لمعلومات جديدة أو خلق إتجاه جديد أو إضعاف اتجاه قديم أو تحويل رأيه بمفهوم معين إلى مفهوم جديد أكثر دقة، وقد يكون التأثير في خلق قيمة جديدة أو تدعيمها أو توسيع المعرفة بها، ولا يقتصر التأثير الثقافي على البرامج المعنية بالآداب والفنون والعلوم الإنسانية البحتة، بل أن كل المواد التي تعرض تحمل تأثيراً ثقافياً معيناً ما دام لها علاقة بالتراث الفكري والفني أو تطمح إلى زرع وخلق قيم معينة.

ويمكن القول ومن خلال المتابعة المستمرة للبرامج الثقافية التي تعرضها القنوات الفضائية العربية، أن هنالك القليل من القنوات نجحت في تقديم مواد ثقافية غنية في مضمونها وجميلة في شكلها، ولكن للأسف أن الأكثرية من برامج القنوات الفضائية العربية تغلب عليها سمة التسلية والبرامج أو المسلسلات الدرامية والبعض الآخر أبتلى بالموضوعات السياسية، وتتحول حتى البرامج الثقافية على قلتها إلى برامج شبه سياسية بالدرجة الأولى أو لخدمة الأفكار التي تتبناها السلطات.

هنالك العديد من البرامج الثقافية التلفزيونية استطاعت أن تلبى حاجة المشاهد وتنمي وعيه الثقافي عبر ما تقدمه من مضامين وبقوالب حديثة جذابة، بعيدة عن الملل والتكرار نلاحظ أن برنامجاً ناجحاً جداً وهو برنامج "روافد" والذي يعده ويقدمه أحمد علي الزين، والذي يقدم من القناة الفضائية "العربية" قد نجح وحاز إعجاب الكثيرين، لجمال أسلوب التقديم ونوعية المضمون الذي يعكسه، ويعود الفضل في ذلك بالدرجة الأولى إلى المعد والمقدم أحمد الزين والذي هو إنسان مثقف وصاحب خبرة تزيد عن الأربعين عاماً في المجال الثقافي بشكل عام.

كما أن هنالك بعض القنوات الفضائية العربية التي تقدم برامج ثقافية جيدة، لكنها غير معروفة أو لنقل غير مشاهدة ،قليلون هم من يشاهدونها كقناة عُمان الفضائية والتي لديها برامج ثقافية نوعية في العديد من المجالات منها برنامج "آفاق ثقافية".

الملامح الايجابية في البرامج الثقافية

الجوانب الإيجابية للبرامج الثقافة عديدة، فهي إلى جانب كونها مواد ترفيهية وتنمي الذوق والإحساس الجمالي للمشاهدين، فهي زاد ثقافي وإنساني مهم خصوصاً لو قدمت في قوالب فنية راقية ومترابطة مع مضامين جيدة.

أن أبرز السمات الإيجابية لهذه البرامج يمكن إيجازها بما يلي:

1- إيصال الثقافة:

يرصد التلفزيون الواقع الثقافي والحياة الثقافية، ويحاول من خلال برامجه الثقافية والمنوعة الأخرى نقلها إلى المشاهدين ويطلعها عليها ويجعلها في متناولها، بسهولة ويسر ودون جهد أو نفقات.

2- ترويج الثقافة:

أن نقل الثقافة بطريقة سهلة يعني تسهيل توسيع دائرة المهتمين بالثقافة والقضايا الثقافية، وهذا يعني ترويج المادة الثقافة بشكل واسع.

3- تنوع المضمون الثقافي:

للتلفزيون ولما له من خصوصية في نقل البرامج الثقافية بالصورة والصوت تصبح له الإمكانية لتقديم برامج مختلفة ومنوعة المحتوى والمضمون وبغزارة وبدرجات أو مستويات ثقافية مختلفة.

4- أعطاء طابع ديمقراطي للثقافة:

فاليوم وبفضل التلفزيون والقنوات الفضائية أصبحت الثقافة ملكاً للجماهـير، وأخرجـت من عزلتها، ولم تعد محصورة في موضوعات معينة، وتقدم اليوم بقوالب فنية عديدة لجميع النـاس وليس لشريحة معينة.

5- تقديم المادة الثقافية بشكل فني مناسب:

من شأن الأشكال الفنية المناسبة المنوعة حسب نوعيـة المـادة والجمهـور المـراد أيـصال المادة الثقافية له وأعتماد لغة تعبيرية تلفزيونية خاصة، كل ذلك يجعل هذه البرامج الثقافيـة أكـثر مقدرة على الأنتشار والوصول والمتابعة والقبول وبالتالي التأثير.

6- تركيز الأنتباه:

أن عملية الأختيار التي يقـوم بهـا التلفزيـون مكنتـه مـن تركيـز أنتبـاه المـشاهدين عـلى القضايا الثقافية التي يريد إيصالها، وبالكيفية التي يراها مناسبة وفي الوقت الذي يريد.

7- إبداع مادة تلفزيونية جديدة وخاصة:

لقد أصبح التلفزيون يقدم مادة تلفزيونية خاصة بـهِ وتمتلـك أشـكالاً ومـضامين خاصـة، مناسبة للتلفزيون من حيث التقنية ولغة التعبير ونوعية الجمهور.

أن الآنية والحيوية اللتين يتمتع بهما التلفزيون تمكنانه مـن إبـداع مـادة ثقافيـة جديـدة تعالج قضايا ومشاكل ساخنة وراهنـة، وذلـك بعكـس الأدب والفـن اللـذين قـد يتـأخرا في معالجـة هذهِ القضايا وهذا من شأنه أن يساهم في إعطاء المزيد من الحيوية للـمادة الثقافيـة التلفزيونيـة، وفي معالجة المشاكل والقضايا الراهنة التي تهم أوسع الجماهير، وفي المساهمة في تقديم معلومـات وآراء ومعالجــات جديــدة لقــضايا وأمــور معيــشية أو فكريــة أو أجتماعيــة أو علميــة راهنــة

الأمر الذي يـساهم في إشراك الجماهـير في فهـم ووعـي مـشاكلها، وأيجـاد قـدر مـن الـوعي بهـذهِ المشاكل، وربما الأشتراك في معالجتها[1] .

[1] أديب خضور، دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية، دمشق1998،ط1، ص12.

الفصل الرابع

الإعلام وثقافة الصورة

عصر ثقافة الصورة

ونحاول هنا في البحث أن نشير إلى الثقافة كمضمون، وبـين الوعـاء البرامجـي التلفزيـوني، من حيث الشكل والمحتوى، لذلك نحاول التعرف على ماهية البرامج الثقافية من عدة جوانب:

- أولاً: من حيث المضمون.
- ثانياً: من حيث المفهوم.
- ثالثاً: من حيث الهدف.
- رابعاً: من حيث النواحي الفنية.

إذا جاز لنا توصيف عصرنا الذي نعيش، فهو باتفاق الآراء أننا نعيش عصر الـصورة، ومـن ثم فإن الشكل الثقافي السائد لعـصرنا هـو ثقافـة الـصورة، وفي مواجهـة هـذه الظـاهرة التـي هـي جديدة بالرغم من زحفها الكاسح، تفجرت احتجاجات انتقاديه لا ترى في هذه الظـاهرة إلا تهديـدًا مدمرًا للهويات، وإلغاء لأنماط ثقافية جهدت الإنسانية في إنجازها قرونًا وقرونًا من السنين.

وبالرغم من بعض الحقيقة في هـذه المقاربـات النقديـة، فـإن الاسـتـسلام للحـديث عـن ثقافة الصورة كشرّ مطلق، إنما يفوت علينا فرصة الاستفادة بأي خير قد يكـون موجـودًا في ثناياهـا، وواجبنا نحو أمتنا وثقافتنا العربية، يحتم علينا أن نجدّ في البحث، حتى لا نخـسر فرصـة قـد تكـون متاحة عبر هذا الاجتياح الثقافي الخطير.

العالم يجتاحه طوفـان مـن الـصور، هـذه حقيقـة لا مـراء فيهـا، فللمـرة الأولى في تاريخ البشرية الطويل على هذه الأرض، بات في مقدور بلايين البـشر أن ينالوا قدرا من التجليات البصرية للتقنيات الحديثة، سواء كانوا فقـراء يتجمعـون حـول بـث الفـضائيات في المقـاهي الرخيـصة ورقميـات التواصـل المـصورة في

مقاهي الإنترنت، أو ميسورين يمتلكون في بيوتهم أحدث أجهزة التلفزيون واستقبال الفضائيات وأثمن أجهزة الكمبيوتر القادرة على الاتصال السلكي واللاسلكي بشبكة المعلومات العالمية، بل الكوكبية فإذا أضفنا إلى ذلك مصادر الصور المتاحة الأخرى، من شرائط مصورة، رقمية ومغناطيسية، وأقراص مرنة وأخرى مضغوطة، وأجهزة قادرة على بث الصور الرقمية وغير الرقمية في كل ذلك، فإننا نكون في مواجهة طوفان حقيقي من الصور ولا يتبقى إلا أن نقرر: هل نطفو على سطح هذا الطوفان، أم أننا نغرق فيه؟

من المعيش إلى المرئي

لقد باتت الصورة جزءًا من الواقع المعيش في زمننا، وربما صارت بديلاً له بل حتى أداة تصنيع لعالم متخيل - غير حقيقي - ينوب عن العالم الحقيقي لأهداف وغايات لا يمكن أن تكون حميدة في معظمها، وإن كان بعضها حميدًا من زاوية واقعنا العربي، فالصورة تعيد إنتاج العالم فتغدو حدثا محسوسًا مما يقوي من دورها ويفرض وصايتها على المشاهد الذي تبتلعه بهيمنتها ولا تدع له فرصة للتأمل، وهي بالطبع وافد يحمل في جعبته من الخبايا ما يحمل، ولقد ذهب أحد المفكرين الغربيين وهو (جي ديبور) Guy Debord إلى القول إن المنتج الأساس للمجتمع الحديث (أي الأوروبي أو الغربي تبعًا لرؤيته) هو مجتمع المشاهدة، والمشاهدة، تبعا لتعريفه، هي مردود الصور المتراكمة بتراكم رأس المال فما كان ماديًا غدا تمثيلاً للمادة، وفي هذا الطريق أيضا يذهب البعض إلى القول إن العولمة ماهية إلا صنيعة الصور المتبادلة عبر الوسائط الإلكترونية، وترتب على ذلك تغيرات في وسائط الاتصال التقليدية أتاحت مصادر جديدة لتخيل الذات والآخر بل إنها لا تتوقف عند حدود مجرد الاتصال، بل تمارس التأثير بأكثر الأدوات نفوذًا ومكرًا، وهي الصورة، ومن ثم تمارس إعادة الصياغة الثقافية للبشر تبعًا لإرادة صانعي الصور ومروجيها، وهذه الصياغة لا تتوقف عند أنماط التفكير

المسايرة لإرادة المهيمنين، بل تمتد إلى صياغة تقاليد وافدة في الطعام والشراب واللباس والمسكن وحتى في السلوك العام اليومي، كما في الفنون بجميع أنواعها.

وهكذا لم تعد الصورة مجرد أطياف من أثير بل أصبحت أداة حفر وتشكيل وصياغة لمتلقيها، أي إخضاعا لاشعوريا لإرادة خارج الذات التي لا تصنع أو لا تشارك في صنع هذه الأداة، كما تُتهم عاصفة الصور بكونها مسيرة للقطيعة مع أشكال الماضي كافة، وفي قلبها الهويات الثقافية الخاصة أو المحلية لبعض الشعوب التي لم تعد تصنع حاضرها وتاريخها، بل يصنعهما لهم الآخرون الأقوى بمعايير عالم اليوم، وصناعة الصورة هي واحدة من معايير القوة لدى القوى المهيمنة الآن.

هذا الواقع الجديد، الذي تصوغه «عاصفة الصورة» دفع ببعض من مثقفينا للشك المشروع عند تناولهم للظاهرة، تقول الدكتورة ماري تريز: «ينبغي إذن التعرف على العلاقة بين الفرد والتكنولوجيا، وما أفضت إليه من ممارسات سلطوية جديدة متخفية في ثقافة الصورة، نتيجة اختراق اقتصاد السوق للمعاملات بين الذات والآخر، خاصة بظهور مجتمع المشاهدة، فقد تزامن نمو مجتمع المشاهدة مع النمو التدريجي للتكنولوجيا المستخدمة في تمثيل الذات والآخر عبر المنافذ البصرية المتنوعة».

إذا لم تكن محاولة تمثيل الواقع المحسوس بالصورة ـ في أحد جوانبها إلا تكريسًا لهدف غير ثقافي، أو مضاد للثقافة المحلية على الأقل، وسكبًا للماء في طاحونة اقتصاد السوق بأبشع ملامحها شراهة ورغبة في الهيمنة، وبمنطق وآليات سياسة «التسويق» التي لا تتعامل مع البشر وعالمهم إلا كمستهلكين وسلعاً للاستهلاك، وهو ما يمكن ان ندعوه تجاوزا « ثقافة الاستهلاك» أو «الثقافة الاستهلاكية»، التي لم تستثن مجالاً إلا وحاولت اختراقه، ابتداء من ساحات الطعام التي بثت فيها حمى «الوجبات السريعة»، حتى الفنون التي تحاول انتزاع

العنصر البشري والإنساني في إبداعها وإحلال الهندسة والتقنيـة الـرقميتين في إخراجهـا للنـاس وبمنطـق الإنتاج بالجملة وللعموم، كأي سلعة ابتـداء مـن أحذيـة الرياضـة حتـى الوجبـات الجـاهزة، وهـو مـا ينتقده مفكرون غربيون معاصرون مثل سايمن بني Simon Penny بقوله: «إن التكنولوجيا سـاهمت في تقديم تقنيات السرعة والدقة وتوفير الجهد، فارتبطت بالاستهلاك السريع استجابة لمتطلبـات الـسوق، ويـستحيل عـلى الفنـان التعامـل مـع الأجهـزة الإلكترونيـة مـن دون التعامـل مـع اقتـصاد الـسلع الاستهلاكية».

إن القطيعة مع الماضي، التي يجري إحداثها بسكين «عاصفة الصور» في «مجتمع المـشاهدة»، وبمنطق اقتصاد السوق، وتوجهات العولمة، لا تستهدف أنماط العيش فقط، بـل حتـى الفنـون، والآداب، والتقاليد المحلية، وكل هذا لا يجري بالضرورة، تحقيقه بفعل «المؤامرة»، لكنه يتم بطبيعـة هـذا المنجـز التقني المرتبط بثقافة الصورة، التي لا تزال بحكم نشأتها وتطورها والمزيد من تطويرها وترويجهـا، بعـدا ثقافيا وافدا يفتقد الأصالة، ولا تزال تنقصه المواءمة مع الجذور الخاصـة بمعظـم بنيـة الثقافـة العربيـة، وحتى هذه اللحظة التي تتراكم فيها متغـيرات جامحـة، ويولـد فيهـا جيـل عـربي جديـد محـاصر بكـل مسببات القطيعة مع ثقافته الأم، ومدفوع بإغراءات قوية للذهاب بعيدا في طوفان الصور.

يقول الدكتور خالد حسين، بحرارة تنبثق من رؤيته لثقافة الـصور كغـزو، بـل وحـش يستهدف التهام الوجود الإنساني واستبدال عالمه بعالم بـديل هـو عـالم المـرئي «يتبـدى المـشهد الكوني كما لو أن الأمر يتعلق بغزو مؤجـل، فانفلـت مـن عقالـه في غفلـة مريعـة مـن مـشيئة المقتدرين على أمره، وبانذهال صامت ومحير من الطرف المستهدف بالغزو، هكذا حـال العـالم اليوم مواجهة سيل الصور وهي تجتاحه تحت طائلـة الهيمنـة والإمبرياليـة الجامحـة لجنونهـا، تأتي الصور لتنتقم لحضورها - الغائب في غمرة الزمان المنقضي - لتستيقظ فجأة وتلـتهم العـالم

بلذة، وتحاصر الكائن الإنساني بطريقة لا مثيل لها. إنها الصورة تغزو العالم وتعربد في فضاءاته، وتدك أمكنته بجيش جارف من كائناتها، سيل من الصور لا يتوقف، يتغلغل في كل مكان حتى غدا الأمر أقرب إلى الفكاهة والرعب في آن واحد. فماذا يفعل العالم بكل هذه الصور المندلقة عليه من كل صوب؟ هذه الصور التي تضرب عليه حصارًا، فما إن تختفي موجة من الصور حتى تكون أخرى قد حضرت، ليغدو الزمن زمن الصورة وإرادة المرئي في الفتك بالكائن الإنساني وإزاحته نحو الزاوية الأضيق على مدار العطالة والانذهال جراء هذا الحضور الملغز والمخيف والجميل للصور».

هذا الحضور الطاغي للصور الذي يستنفر انتباه وربما احتجاج الكاتب: الإعلانات وصور الزعماء والفنانين والمباريات والاحتفالات والمسلسلات، مشاهد الجنس وعروض الأزياء وملكات الجمال وملوكهم أيضا! والمصارعة الحرة..و.. و.

هذا الحضور الطاغي «للزائل» هو الذي يدفع «الوجود» ـ بالمعنى الذي عناه الفيلسوف هيدجر ـ للانسحاب من «العالم» لحساب وجود مرئي تختلقه الصورة وترسخه، وهو وجود بديل يزيح الواقع الفعلي، ويصير الواقع الذي يراد لنا أن نتعامل معه على أنه الواقع الحقيقي، واقع الصورة أو الواقع الفائق الذي أضحى أشد واقعية من الواقع المعيش.

إنها مخاوف، وتحذيرات، قد يكون بعضها مبالغا في رنين نواقيس التنبيه التي يقرعها، لكنها مؤسسة بلا ريب على واقع نشهد تغيراته بأعيننا، بل نسبح أو نغرق في هذه التغيرات، وهي تستدعي منا أن نتوقف ولو قليلاً لنتأمل محتواها وآلياتها، لعلنا نخرج ببعض الضوء في نفق هذا الطغيان الثقافي الكاسح الجديد.

الفخاخ في ثنايا الصور

حتى الآن لا نستطيع - كعرب - أن نزعم أننا منتجون في مجتمع المـشاهدة، فـنحن بكـل ما يتدفق علينا من وسائط متعددة عبر منافذ الإنترنت والفضائيات، بمـا فيهـا الفـضائيات العربيـة، لسنا إلا مستهلكين، ومن ثم فنحن معرضون للاستلاب، ومن بين الأشياء المرشحة بـادئ ذي بـدء لأن تُستلب منا تأتي ثقافتنا الممثلة في الشفهي والمكتوب، خاصة أننـا أمـة تـشكل لغتهـا محـور هويتهـا وتشكل اللغة وعاء المكتوب والشفاهي بين أهلها.

وهانحن نرى الأداء اللغوي المتسيب على شاشاتنا العربية، بل الإزاحة المتعمـدة للـصيغة الجامعة لنا لغويا، صيغة العربية الفصحى، فإذا أضفنا إلى ذلك استهلاك الوقت والجهـد الـذي كـان يمكن ان يذهب بعضه للقراءة أو حتى لتبادل التواصل الشفاهي، لأدركنا خطورة هذه الإزاحة التي تمارسها المشاهدة لتقليص هذا الجزء الحميم من هويتنا في الـشفاهي والمكتـوب، ولأن هـذا الجـزء الحميم هو الذي يصنع ويطور الإدراك عبر الممارسة اللغوية، فإن إزاحته لمصلحة زحف الـصور إنمـا تعني فتح الأبواب لصياغة الإدراك العربي تبعا لإرادة القوى المهيمنة على إنتاج طوفان الصور.

وليس هذا إلا مجرد واحد من الفخاخ المبثوثة في ثقافة المشاهدة التي نـستهلكها أكـثر مـما نصنعها، فإضافة إلى الصياغات الماكرة التي تتـضمن رسـائل بعينهـا في صـياغة الخـبر وتقـديم المـشهد، حتى التسجيلي منه، نرى أن ثقافـة المـشاهدة المنـصبة علينـا تـروج لنـوع مـن الديمقراطيـة مزدوجـة المعايير، وتخفي وراء الإغراء بإتاحة حرية الحصول على المعلومات نوعا من تقـسيم العـالم إلى قـادرين على مسايرة التقدم التكنولوجي لتحقيق تلك الديمقراطية، وغير قادرين يحتاجون إلى الوصـاية علـيهم فمجتمع المشاهدة الذي ننخرط نحـن فيـه كمـستهلكين، إنمـا يمـارس علينـا تـسويق الـذات المهيمنـة بغرض الإعلاء من شأن هذه الذات على حساب الآخـر - الـذي هـو نحـن - بهـدف إخـضاعه – ومـن

الإخضاع ما لا يتم بقوة السلاح، فالإخضاع الثقافي أقل كلفة وأقوى تأثيرا وأبقى على المدى الطويل، لأنه يتغلغل داخل الذات المستهدفة بالغزو حتى يتم إخضاعها دون أن تستشعر قسرًا ولا عنفًا - بالمعنيين التقليديين للقسر والعنف - بل تتحول هي ذاتها إلى أداة ترويج للأنماط التي أُريد لها أن تكونها من دون وعي أو من دون انتباه.

وليس أدل على ذلك من المحاكاة التي تقوم بها معظم مساهماتنا في مجتمع المشاهدة، برامج التسلية، والتوك شو، والمسلسلات التي لا تنتهي والتكريس لكل قيمة خفيفة أو عابرة.

وعلى المستوى الفردي فإن هذه العاصفة من الصور، التي تجتاح الملايين في وقت واحد، بإرادة واختيار من يملك تحريك هذه العاصفة، إنما تحوّل الأفراد أنماطًا، فما يبدو على السطح أنه تجانس يخفي في باطنه خضوعًا يفضي إلى اغتراب عميق لدى الأشخاص نتيجة تصفية خصوصيتهم النفسية والثقافية.

إنها عاصفة حقيقية، وإن تكن من صور، ومكمن جبروتها في قوة هذه الصور التي تستوعب مجمل انتباه الكائن المستقبِل لها، الذي إن أردنا له النجاة فسيتحتم علينا أن نطبق أجفاننا قليلا لنفكر في آلية، أو وسائل، للاستفادة من هذه العاصفة، مادمنا لا نملك القدرة على وقفها.

أما من طوق للنجاة؟

إن نقاد الثقافة المرئية يتبنون مواقف مختلفة من تأثيراتها في البشر فبينما يرى البعض فيما يسمونه «الواقع الخائلي» الذي تصنعه الصورة، ثورة تكنولوجية لها مردودها الحضاري على الإنسان، يرى آخرون أنها تثير المخاوف مع هذا التوسع الكاسح، الذي يمكن أن يكون غير معقول وغير عقلاني في توسعه، مع

التطور المتسارع لمجتمع المشاهدة واستشراء وسائط نقـل وتخـزين واسـتدعاء الـصور التـي تتعـدد مبتكراتها مع كل يوم يمر، بل مع كل ساعة من أعمارنا.

أمام هذا الاختلاف في المواقف النقدية، يجب ألا نتحير، فنحن نريـد النجـاة، نريـد مكانـا أكيدا تحت شمس هذا الحاضر الذي تعصف به رياح الصور مادامت هـذه الريـاح بـدأت ولم يعـد ممكنا وقفها، بل لا يجوز إيقافها، ونريد أن يكـون المكـان الـذي نـشغله تحـت هـذه الـشمس وفي خضم هذه العاصفة، مكانا ملائما لسلامتنا، ولن تكون لنا سلامة إلا بالحفاظ على كـل مـا هـو جيـد من هويتنا وفيها من الجيد الكثير، مع تطعيمها بكل ملائم وحتمي من لغة العصر ومنجزاته، فكـل منجز عصري هو سلاح ذو حدين، يمكن أن يفيد وأن يضر، فكيف نفيد من هذه العاصفة، ونجعلها هواء صحيًا مجددًا للروح الخاصة بأمتنا؟

أعتقد أن الموقف الأساس من الثقافة المرئية، أو عاصفة الـصور، هـو أن نحـتفظ بـسلامة بصيرتنا النقدية، وأن نتساءل عن المغزى من شـكل وجـوهر مـا نـستقبله، ونستحـضر بـشكل دائـم أسئلة هويتنا وأصداء تاريخنا ووقائع حاضرنا لعلنا نرى الرسائل المضمرة في كل سيل بـصري يجرفنـا فنستطيع التشبث ببعض من شواطئ النجاة بل لعلنا نستطيع تفكيك تلك الرسـائل لنقـرأ فيهـا مـا يضمره لنا الآخرون، إن كان هناك ما يضمرونه، فنتخذ الموقف الصحيح وننجو بلا خسائر أو بأقلها.

وليس هذا الموقف النقدي في مجتمع المشاهدة مطلوبًا منـا حيـال سـيل الـصور الوافـدة وحدها، بل هو مطلوب أيضًا حيال هبوب الصور التي تأتي من بين أيـدينا، فثمـة محاكـاة سـاذجة، وركيكة كثيرًا، تنتفخ بها برامج الفضائيات العربية التي تتخذ من كل مـا هـو خـارج حـدود هويتنـا نموذجًا، تظنه النموذج الوحيد للعيش المتحضر.

بعد هذه الوقفة النقدية كمستقبلين ومتلقين في مجتمع المشاهدة لابد لنا من الترحيب بالنقاط المضيئة في هذه العاصفة المرئية، فالصورة لم تكن نقمة دائمًا، بل كانت نعمة في كثير من المواقف، ولا تزال، فهي صوت من لا صوت لهم في كثير من الأحيان، ورسالة إنسانية بليغة تطوعت التقنيات الحديثة بحملها عمن لم يكن ممكنا لهم أن يرسلوا أي رسائل وهم في غمار الكوارث أو محرقة الحروب، بل هناك ومضات كاشفة لشرفاء ومبدعين في هذا الحقل المرئي شكلت أعمالهم رسائل عدل مضادة لرسائل الهيمنة والتنميط والاستلاب.

ويتبقى أن نلح على أن نزيد من فعلنا في هذا المجتمع الجديد، مجتمع المشاهدة العالمي، مجتمع ثقافة الصورة، نشارك في إنتاجه ونرسل عبره رسائل أحلامنا واحتجاجاتنا وحقوقنا العربية للعالم، ونتبادل مع أهلنا كل ما يدفعنا ويدفعهم للأفضل في عالم مختلف، عالم ثقافة الصور التي لا بد لنا من استثمار جوانبها الحضارية كقيمة مضافة لهويتنا وثقافتنا وإنساننا العربي.

أصناف البرامج الثقافية

في القنوات الفضائية العربية.

يعرض التلفزيون، بوصفه وسيلة اتصالية مهمة مواداً ثقافية متنوعة كما يسمح بأساليب وقوالب متعددة للتقديم، سواء كان ذلك مباشرة عن طريق تعريف المشاهد بأحدث الأعمال الأدبية والكتب وإعداد عرض سريع لها وبإقامة الندوات الأدبية والفنية، أو بطريق غير مباشر، يتضمن هذه الأعمال في قالب درامي لقد تطرقنا إلى تعريف البرامج الثقافية وهنا نحاول تصنيفها، رغم تأكيدنا على صعوبة الدقة في ذلك كون العديد من البرامج العامة تحوي مادة ثقافية، وبعض البرامج التي تصنف ثقافية في بعض القنوات الفضائية العربية ومشابهة لها تصنف غير ذلك في قنوات أخرى.

لقد توسعت اليونسكو في نطاق أبحاثها، فأخذت تهتم بـالبرامج الإذاعيـة بـشتى أنواعهـا ومختلف أنساقها. ولعل أول الدراسات البرنامجيـة في هـذا الـصدد تلـك الدراسـة المقارنـة الـشهيرة لأسبوع من برامج الراديو، وأسبوع من بـرامج التلفزيـون، وهـي دراسـة أسـتجابت لهـا 43 محطـة راديو، 26 محطة تلفزيـون وكانـت اليونـسكو في ذلـك الوقـت (1960) تـصنف الـبرامج إلى الأنـواع الآتية: الأخبار والترفيه والتثقيف والبرامج الخاصة[1].

أما الدراسات البرنامجية الحديثـة التـي أجريـت في سـبعينات القـرن العـشرين فتقـسم البرامج إلى سبعة تصنيفات على النحو التالي:[2]

- البرامج الإخبارية كنـشرة الأخبـار والتعليقـات وبـرامج المناسـبات والـبرامج الخاصـة والـشؤون العامة والرياضية.
- الإعلانات بنوعيها التجارية والإعلامية.
- البرامج التعليميـة سـواء التعلـيم الرسـمي الخـاص بالمـدارس أو التعلـيم غـير الرسـمي كـبرامج الأطفال والشباب وتعليم الكبار.
- البرامج الترفيهية وتدخل فيهـا بـرامج الموسـيقى والـدراما والفكاهـة والمسلـسلات والمـسابقات والألغاز والفوازير والألعاب المختلفة.
- البرامج الأدبية والفنية والعلمية، وتشمل الرقص والغنـاء والموسـيقى والمـسرح والـشعر والنقـد والقصص والأدب والعلم.
- البرامج الموجهة للفئات التي تمثل الأقليات الدينية فضلاً عن البرامج الدينية وغيرها.

[1] إبراهيم إمام، الأتجاهات الترفيهية للـبرامج الإذاعيـة والتلفزيونيـة، مجلـة الفـن الإذاعـي، العـدد 85، الـسنة 23، سبتمبر 1979م، ص20.

[2] المصدر السابق، ص21.

- البرامج الخاصة بالجماهير النوعية كالمرأة والطفل والشباب وغيرها.

ولا زال هذا التقسيم لبرامج التلفزيون هو السائد، ويشمل القسم الخاص بـبرامج الآداب والفنون والعلوم، الموسيقى والرقص، الدراما والـشعر والقـصة والتقـويم النقـدي لـلآداب والفنـون، ومواضيع العلوم المختلفة معظم البرامج الثقافية التي تبثها القنوات الفضائية العربية.

أن المواضيع الثقافية التي يمكـن إنتاجهـا للتلفزيـون عديـدة وتـشمل مختلـف مجـالات النشاطات الثقافية ومن هذه المواضيع:

أ- برامج الشخصيات أو الأعلام:

وهذه البرامج تختص بتقديم مواضيع لها علاقة أو تعرف بالشخصيات المعروفة والمميـزة سواء على صعيد التاريخ الإنساني أو العربي أو الإسلامي وبالمتميزين أو المبدعين في مختلف المجالات الحياتية، ولهذهِ البرامج معـايير خاصـة بهـا وعـلى المخـرجين أو معـدي ومقـدمي هـذه الـبرامج أن يضعوها صوب أعينهم عند إنتاجها.

- أن يقدم العلم أو الشخصية مع مـا أبدعـه وقدمـه وأسـهم بـهِ في ثقافـة جيلـه أو تـأثيره عـلى الثقافة الإنسانية كلها، لا أن يقدم بمعزل عن ذلك مما يفقد البرنامج قيمته الثقافية.
- من الضروري تسليط الضوء على خصائص العصر والجيل والمحيط الذي عاش فيه ليكون هنـاك تقدير ومعرفة كافة الظروف السياسية والأجتماعية والثقافية والتيارات الفكرية السائدة آنذاك.
- أبراز وتوضيح مـدى تـأثر الشخـصية بمحيطـه المحـلي والإقليمـي والعـالمي، خـصوصاً في مجـال إبداعه.

- أن تنتج المادة في أسلوب ومستوى متوسط الثقافة، أي أن لا تعد فقط للصفوة أو المتخصصين، كي تكون سهلة الاستيعاب والفهم من المشاهد متوسط الثقافة ولتكون فائدتها عامة.
- أن يتم الاهتمام بالإسقاطات المعاصرة للشخصية وإنتاجها، مما يجعل المتلقي يهتم بالشأن المعاصر المشابه.
- أن يحاول هكذا برنامج شمول أعلام من فترات زمنية مختلفة، قديمة ومعاصرة أو من مدارس إبداعية مختلفة لتكون الصورة أوضح للمشاهد وليكون أنطباعا متكاملاً عن الموضوع.
- يتطلب عدم تناول الشخصية أو العلم بوصفه تراثاً فقط، بل حامل فكر غرف وشرب من فكر من سبقوه وأنه سيؤثر على المستقبل، وأن فكره وإبداعه يجد مكاناً في المدارس الثقافية المعاصرة.

كما يمكن لهذه البرامج الثقافية أن تستعين بفلاسفة ومفكرين وجغرافيين وأدباء مبدعين في كافة المجالات من شعر وقصة ونقد ونثر ومسرح، وسينمائيين وفنانين تشكيليين وفناني عمارة ومتميزين في المجالات الإبداعية الأخرى.

ب- برامج المعالم:

وهي البرامج الثقافية التي تختص أو تركز على مواد تتعلق بالآثار والرموز الباقية من الحضارات والثقافات القديمة وكل ما يتعلق بها، منها كآثار الحضارات وما تبقى منها من المعالم الدينية كالمعابد والأديرة والمساجد والمعالم الثقافية كالمدارس القديمة والمنتديات والصالونات الثقافية والمعالم التاريخية كالآثار والمدن والقصور والمسارح والحمامات والأقواس والمنشآت العمرانية المختلفة.

ج- برامج المعالم الجغرافية:

وهي البرامج التي تهتم بالأنهر والجبال والصحاري والوديان والسهول وما يحيط بها وما مر بها من حضارات وأحداث.

د- البرامج التي تعني بالنشاطات الثقافية:

وهي البرامج التي تعني بالنتاج والنشاط الثقافي كمعارض الكتب، ومشاكل الكتاب والمؤلفين والتوزيع والملكية الأدبية، وأتجاهات القراء نحو الكتب. كما تقدم معلومات عن المهرجانات الثقافية والمعارض الفنية...الخ، ويتطلب إبعادها عن الطابع الإخباري الصرف وأن تقدم بطريقة نوعية.

هـ - برامج تاريخ الأعمال الإبداعية:

وهي البرامج التي تتناول تاريخ المسرح والسينما محليا وعربيا وعالميا، وتعني برواد المسرح والسينما وأهم الممثلين المعاصرين، والبرامج التي تتناول الصحافة ووسائل الإعلام والفنون الإبداعية الأخرى.

و- برامج الأديان:

وهي البرامج التي تعني بالأديان والتعريف بتاريخها وأصولها ومبادئها وعاداتها وعلاقتها مع الأديان الأخرى.

ز- البرامج الثقافية المنوعة:

والتي تتناول قضايا مختلفة منها أجتماعية كقضايا المرأة والواقع الأجتماعي والثقافي والتعليمي للمجتمع، ومناقشة القضايا الفكرية، والعادات والتقاليد والفنون الشعبية والأزياء وجني المحاصيل والحياة اليومية في المدينة والريف...الخ.

ح- برامج تتناول قضايا معاصرة:

كـالتراث والمعـاصرة، العولمـة، حـوار الحـضارات، الإرهـاب، الحـروب وأسـبابها التطـور التكنولوجي...الخ.

أشكال انتاج البرامج الثقافية

تقدم البرامج الثقافية بأساليب أنتاج مختلفة تدعى القوالب أو الأشكال formats والبعض يسميها نماذج، أو إطارات، وشكل أنتاج البرنامج يرتبط بمضمونه، والتوافـق بـين الـشكل والمـضمون هو أحد النقاط المهمة لنجاح البرنامج فشكل البرنامج تحدده طبيعـة الموضـوع، والمـستوى الثقـافي العام، ونوع المشاهدين بعدها تـأتي مـسألة أختيـار وتحديـد الـشكل الأمثـل الـذي يقـدم بـهِ هـذا البرنامج الثقافي أم ذاك، فمن الممكن أن يقدم على شكل عمـل درامـي أو قالـب آخـر كالحـديث أو الحوار أم المسابقات، أو شكل الندوة أو المجلة التلفزيونية، وغيرها.

وهذا يتطلب مـن القـائمين بالإتـصال في أعـداد الـبرامج الثقافيـة أن يقومـوا بدراسـة فكـرة البرنامج دراسة وافية، وتحديد أهدافه وطبيعة جمهوره، وما يريد أن يوصـله مـن مـضمون، ومـن ثـم أختيار أسلوب العرض، بعدها يتم تحديد فـترة أسـتغراق البرنـامج وسـاعات عرضـه المناسـبة، حـسب الجمهور الذي يستهدفه البرنامج وأوقات متابعتهم المتوقعة، وإذا كان البرنامج يـستهدف مـن هـم في الجزء الثاني من الكرة الأرضية أو يستهدف جمهوراً يصعب التكهن بأوقات متابعته للقنوات الفـضائية، يمكن إعادة بثه بأوقاتٍ مختلفة ليتسنى أعطاء فرصة أكبر لمشاهدة البرنامج من قبل المتلقين.

يمكن أن نجد نـوعين مـن القوالـب الفنيـة التلفزيونيـة لتقـديم الـبرامج الثقافيـة وهـما، القوالب ناقصة النص (Semi-Script Format)، والقوالب كاملة النص (Full- Script Format)[1].

[1] فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد- بيت الحكمة، ط1، 1988، ص168.

*** أولاً: القوالب ناقصة النص:**

تكون قوالب هذا النوع غير كاملة السيناريو، نظراً لإعتماد الكثير من عناصرها على الحالية أو التلقائية، ولذلك فأن النص لا يضم كل العناصر المؤلفة للبرنامج، كونها غير معروفة على وجه التحديد ساعة إعداد البرنامج. من هذهِ القوالب.

القالب الوصفي أو الأستدلالي، Demonstration Format:

يستخدم هذا النوع من البرامج وسائل إيضاح لشرح أو توضيح المادة الثقافية المراد تناولها، كعرض أفلام أو صور أو أشكال مجسمة، ويتطلب هكذا برنامج مقدما ناجحا ووسائل إيضاح نافعة تساعد بشكل أيجابي على إيصال المضمون إلى المتلقين.

قالب المقابلة Interview Format :

هذا القالب مستخدم في معظم البرامج العامة والثقافية، حيث يعتمد على الحوار بين مقدم البرنامج والضيوف، وربما يكون الضيف شخصاً واحداً وعادة ما يكون الديكور بسيطاً والأستوديو يحتاج كامرتين ومعدات إضاءة وأسلوب الحوار هو المتبع هنا والذي يتطلب أن يكون جالباً للانتباه وبطريقة تشجع المشاهدين على المتابعة دون ملل، بل وتشجعهم على الأتصال والمشاركة سواء بطرح الآراء والأفكار أو بطرح الأسئلة على الضيوف، عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني أم الفاكس، وأحياناً يتم بث البرنامج مباشرا ومن أماكن عامة خارج الأستديو، هنا تحاول زوايا الكاميرا أن تركز على الضيف، ونجاح هكذا برنامج يعتمد على شخصية مقدم البرنامج وشخصية الضيف والموضوع الثقافي الذي يتناوله وأهميته الآنية للمشاهدين، وهنا يتطلب التنوع في تناول مختلف المواضيع الثقافية وأن لا تقتصر على الأدب فقط مثلاً.

والمقابلة عدة أنواع، منها مقابلة إبداء الآراء في موضوع معين أو قضية تتعلق بالشأن الثقافي، كأن يستضيف البرنامج مختصاً أكاديمياً أو مبدعاً في مجال ثقافي معين أو مفكراً أو من الشخصيات المعروفة على الساحة الثقافية أو حتى من المهتمين بالشأن الثقافي. وهناك مقابلة مع شخصيات ثقافية تهم المشاهدين ويحب التعرف عليهم عن قرب عن حياتهم وأعمالهم، وهناك مقابلة المعلومات، التي يحاول خلالها البرنامج أن يتناول معلومات حول موضوع ثقافي معين ويقدمه بشكل بسيط ومفهوم للمشاهدين.

وكي يتحقق الهدف الثقافي يجب أن يكون أسلوب الحوار معداً بشكل جيد، يتدرج فيه المضمون الثقافي بيسر وبجاذبية وتسلسل منطقي في الحديث بعيداً عن التفصيلات التي تشتت أنتباه الجمهور -المشاهدين-، بعبارة أخرى يجب أن يكون الإعداد جيدا من حيث تسلسل الأفكار المطروحة وجودة الأسلوب بحيث تتوفر فيه الجاذبية والتركيز والمتعة.

قالب الندوة أو الطاولة المستديرة Gust. Panel Format :

هذا النوع يعتمد الحوار، أو ندوة بين عدة أشخاص تدور حول موضوع أشكالي، تختلف حوله الآراء ووجهات النظر، ومن الأفضل أن لا يكون هناك استطراد في النقاش يشتت محور الموضوع المطروح بل أن يعمل على إثارة تفكير المشاهد، كما يتوجب بمن يدير الحوار أو الندوة أن يتمتع بالحيادية والموضوعية وأن يقدم البرنامج بشكل مناسب.

قالب المسابقات Contest Format :

وهو نوع من البرامج يستهدف مشاركة الجمهور وجذبهم لفقرات البرنامج، وحققت العديد من برامج المسابقات نجاحات وشعبية كبيرة، والذي يمكن أن يكون أسلوباً ناجحاً لتقديم مادة ثقافية فيما لو أبتعد عن السطحية

والتسلية البسيطة، كما ازدادت نسبة المشاركين بهذه البرامج عن بعد من خلال وسائل الاتصال الحديثة، كما أن أساليب إخراجها وتقديمها أصبحت أكثر جاذبية.

قالب الفيلم ومقدم البرنامج Ceremonies Format:

ويتميز هذا القالب التلفزيوني بالمرونة في إرضاء أذواق الجمهور، ذلك أنه يستطيع أن يتضمن أفلاماً متنوعة، مثل أفلام الرحلات، الأفلام العلمية الأفلام التاريخية، كما يتضمن أفلام الرسوم المتحركة وإذا كان يقع على عاتق المعد لبرامج هذا القالب مسؤولية أنتقاء الأفلام وفقاً لموضوع الحلقة وإعداد الشرح اللازم لها وكتابة فقرات الربط بين الأفلام، فأن مسؤولية المذيع هو أن يقوم بربط موضوع الأفلام المعروضة ببعضها البعض من أجل تحقيق الوحدة الموضوعية في البرنامج الثقافي[1] ويعتمد هذا القالب على عنصرين أساسيين هما طبيعة الفلم وشخصية المقدم له.

قالب المجلة التلفزيونية T.V. Magazine Format :

وهذا القالب أصبح شائعاً في معظم القنوات الفضائية والمحلية وتكاد لا تخلو برامج قناة عربية منه، وهو يستخدم الشكل الصحفي ولكن بوسيلة أتصالية أخرى، وهذا يسمح بتقديم قدر أكبر من المعلومات الثقافية في أسلوب جذاب، ويكون دور المعد هنا هو التعليق على الأفلام أو والعناوين والربط بين الفقرات، ويفضل أن يقوم بالحوار عدد من المقدمين تحقيقاً للتنوع في المجلة.[1]

شكل المنوعات Variety Format:

[1] سهير جاد- سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999م، ص139.

[1] سهير جاد – سامية أحمد، مصدر سابق، البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999 ص 141.

وهو من الأشكال المرغوبة والمطلوبة والمقربة إلى المشاهدين، ففيه تنوع وحيوية، وفنون مختلفة، من موسيقى وغناء وأستعراضات ومشاهد ومواقف ضاحكة ودرامية، كما من الممكن أن يعرض نتاجات أدبية، وطرح أفكار ومواد ثقافية متنوعة، من أجل أعطاء ذوق فني وإحساس جمالي، بعيداً عن أسلوب التسلية الرخيص والترفيه الهابط، لذلك يراعى في إعداد وإخراج هذا القالب التلفزيوني ما يلي:[2]

- العناية في أختيار من يقف أمام الكاميرا سواء كان مقدماً للبرامج أم مطرباً أم موسيقياً، أم أديبا أم غيرهم ممن يؤدي أحدى الفقرات.
- كما يتطلب من المخرج أن ينوع في طريقة إخراجه لكل فقرة من فقرات البرنامج، كي تجذب المشاهدين، وأن لا يتحدد بأسلوب إخراجي واحد مما يبعث الملل لدى المشاهدين.
- كما يحتاج إلى الدقة في توزيع وترتيب الفقرات وفق أسس علمية دقيقة وليس عشوائية.
- ضرورة مراعاة السرعة في تقديم الفقرات، بحيث تعتمد على عدد من اللقطات السريعة.
- الاستفادة من إمكانيات الإضاءة والديكور وحركة الكاميرا وتوظيفها بشكل جذاب.
- الربط الجيد بين الفقرات المختلفة وبدون خلل أو تعارض.

[2] فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد- بيت الحكمة، 1988، ط1، ص 175.

- الأختيار السليم لمقدم أو مقدمة الفقرات والبرنامج بشكل عام ممن لهم مواهب فنية وقدرات ثقافية، وشخصيات جذابة بلباقتها وبشاشتها وخفة دمها ورخامة صوتها.

قالب البرامج التسجيلية، Documentary Format:

البرنامج التسجيلي يقوم على الحقيقة دون أن يكون واقعياً بالضرورة غالباً ما تحتوي البرامج التسجيلية مواد إعلامية وتثقيفية وتعليمية، وتمثل جزءاً مهما من برامج التلفزيون، ويمكن تقديم موضوع ثقافي معين بأستخدام أفضل الأساليب الفنية التي تسمح بتحليل وشرح وعرض جميع عناصر الموضوع ويعتمد البرنامج التسجيلي على الأفلام الصامتة أو الناطقة، والمقابلات والتعليقات وكذلك المشاهد الدرامية، وأشكال مختلفة من وسائل الإيضاح.

والبرامج التسجيلية قد تعتمد على الأفلام التاريخية التسجيلية التي تعرض الشخصيات والمواقف التاريخية في صور درامية ممثلة، وغيرها من الأفلام.

برامج الباليه:

الهدف الأساسي لهذا الشكل هو رفع التذوق الفني والجمالي من خلال ربط الحركة بالموسيقى والضوء والفضاء لتقديم مشاهد فنية وجمالية وعروض الباليه في التلفزيون تتيح للمشاهد ميزات متعددة لا يحصل عليها المشاهد حتى في المسرح، إذ تتيح الكاميرا فرصة أكبر للمشاهد لرؤية مختلف الحركات بوضوح أكثر مما لو كان في المسرح.

البرامج الموسيقية:

يمكن أن تتناول قوالب معينة من البرامج الثقافية، الموسيقى والثقافة الموسيقية على شكل محاضرات أو شروح أو توضيح، مما يساعد على تطوير التذوق الفني والحس الجمالي لدى المشاهدين.

*** ثانياً: القوالب كاملة النص:**

(وهي البرامج الدرامية التي تعتمد رواية أو قصة كاملة لها بداية ووسط ونهاية، وكل العناصر فيها معروفة لكاتب النص التلفزيوني، ويمكنه أن يضمنها النص بكل التفاصيل، فيكون النص التلفزيوني هنا بمثابة إعادة صياغة للقصة في القالب التلفزيوني، أي ترجمتها وسردها على المشاهدين بواسطة الصور والأصوات).[1]

القالب الدرامي من القوالب الجذابة لمعالجة بعض المشاكل والقضايا الثقافية، مثل مشاكل البيئة والجوانب الاجتماعية والمشاكل العامة، كما يمكن أن يكون هذا القالب جزءاً أو فقرة من فقرات البرامج الثقافية، من أجل إغنائها، خصوصاً عندما يتناول البرنامج أحد أعلام الفكر أو الثقافة.

تتواجد في معظم القنوات الفضائية العربية جهة مختصة بالبرامج الدورية وتقع تحت مسؤوليتها البرامج الثقافية وقد يسمى مديراً للبرامج الثقافية أو الشعبة الثقافية أو القسم الثقافي وتمارس عدة مهام منها:

- الإشراف على البرامج الثقافية الدورية.
- أقتراح البرامج والتحقيقات والأستطلاعات لإدراجها في الدورات البرامجية.
- إعداد البرامج الثقافية الخاصة والعمل على تنفيذها.
- أجراء الأستطلاعات والتحقيقات حول مواضيع محددة.

الخلاصة:

يمكن القول أن القنوات الفضائية العربية تستخدم اليوم معظم القوالب الفنية الممكنة في أنتاج وتقديم البرامج الثقافية والدراسة الميدانية الوصفية في

[1] كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون ، جدة، دار الشروق، 1987م، ص92.

البحث ستؤكد هذا الأستنتاج. البعض القليل من هذه البرامج الثقافية قد نجح في تقديم قوالب بالشكل المناسب، مع قائمين بالاتصال يمتلكون الكفاءة وذوي مهارة وخبرة جيدة. بينما نجد العديد من البرامج الثقافية التي لا زالت دون مستوى الطموح.

البرامج الثقافية كمادة إعلامية

يمكن أعتبار وظيفة التثقيف من أهم المهام التي تؤديها وسائل الإعلام، وبالذات التلفزيون حيث يقدم المعلومات والأفكار والمواد الثقافية على أختلافها، و التلفزيون في ظل البث الفضائي، كما أكدنا أصبح يعتبر مادة ثقافية بحد ذاته، كما أن البرامج الثقافية في التلفزيون تسعى إلى لتطوير وتكامل المجتمع وتثبيت قيمه والعمل على صيانتها عن طريق توسيع مجال المشاركة والمناقشة وتقارب الأفكار وتبسيط الأمور، ودراسة البرامج الثقافية في القنوات الفضائية تقوم على أساس من فهم خصائص التلفزيون كونه أكثر أدوات التثقيف فعالية، وهو كوسيلة جماهيرية تزود المجتمع بالزاد الثقافي والفني والاجتماعي من خلال البرامج الهادفة إلى تغيير أو تعديل السلوك وتنمية وتكوين الذوق الجمالي والفني والحضاري وتحقيق التكامل الثقافي.

أن عصرنا اليوم يمتاز بكونه عصر التواصل الثقافي، بأعتبار أن الاتصال هو أحد العناصر المكونة للثقافة وهو مصدر تكوينها، وأحد عوامل أكتسابها كما يساعد التلفزيون على نشر الثقافة والتعبير عنها، واليوم أصبح التكامل بين الثقافة والإعلام أشد وضوحاً، (ويجمع خبراء الثقافة والإعلام على أن وسائل الإعلام والاتصال تلعب دوراً حاسماً في المجال الثقافي باعتبارها الناقل الأساسي للثقافة، وباعتبارها أدوات ثقافية تدعم المواقف وتؤثر فيها، وتلعب دوراً أساسياً في تطبيق السياسات الثقافية، وتحقيق ديمقراطية الثقافة حيث تشكل بالنسبة للملايين الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وعلى كافة أشكال التعبير

الخلاق، كما تستطيع وسائل الإعلام – ومن بينها التلفزيون- أن تسهم في إعادة صياغة البناء الثقافي للمجتمع)[1].

أن مضمون البرامج الثقافية في القنوات الفضائية يعتبر وسيلة أتصالية وقد ثبت أهميتها وفعاليتها في التوجيه والتأثير على الجماهير، ولم تعد مجرد ترفاً فقط، بل غدت بعض البرامج الثقافية ذات حضور فعال وتحظى بمتابعة الجمهور لجودة المضمون أو أسلوب تقديمه ، فالمادة الإعلامية تتطلب أن تجيب على أسئلة الاتصال الستة، وتتحقق في البرامج الثقافية تلك المتطلبات، حيث تقوم علاقة الاتصال على الدافع الكامن عند " المرسل" وهم القائمون بالاتصال في هذه البرامج من معدين ومقدمين ومخرجين وسواهم والذين لديهم رغبة أو موضوع أو مادة أو يحاولون توجيه "رسالة" ما إلى "المرسل إليه" والمشاهد هنا أي المتلقي أو المرسل أليه والرسالة هي مضمون البرنامج الثقافي، فالسؤال"من" يتعلق بطبيعة المنتج الإعلامي، أي من هو صاحب الرسالة هل هو فرد أم جماعة وما هي طبيعة هذا المرسل ورغباته وما هي الظروف المحيطة بهِ، أما السؤال الثاني والثالث "متى" و" أين"، فيتعلق بوقت ومكان عرض البرنامج وماذا وأين يعرض البرنامج من مواد لها توابع زمنية ومكانية، كأن يكون عرض أو تقييم أو نقد مواد ثقافية قديمة أم حديثة أم مهرجانات وفي أماكن محددة، و السؤال "ماذا" فأنه يتعلق بدراسة مضمون الأفكار التي يحتويها البرنامج الثقافي والأتجاهات التي يريدها من خلال خطابه وعرضه له ضمن البرنامج، والسؤال "لمن" وهو الذي يحدد المرسل أليه ولمن يتوجه البرنامج الثقافي وخطابه، فالشريحة المستهدفة يمكن أن تحدد السؤال الاتصالي لمن، أما السؤال " كيف" ، فهو يهتم بنوع الرسالة، هل هي كلمات أو صوت على شكل حوار أم صور أو أفلام، وغيرها من القوالب الاتصالية الأخرى والتي يمكن أن تقدم للجمهور، أما سؤال الغاية أم "

[1] سهير جاد، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، الهيئة المصرية العامة للكتاب -القاهرة-، 1987م، ص15.

الهدف" وتحديد الهدف هنا من الصعب تحديده بشكل مباشر، كونه يتعلق بعدة عوامل والظروف المحيطة بكل مجتمع، أما سؤال " النتيجة" فهو الآخر يرتبط بأفق التوقع ومدى تأثير البرنامج الثقافي على الجمهور المتلقي، والأمر يتعلق بمدى التقبل والقدرة على التوصيل.

لقد كانت مهمة التنشئة الاجتماعية إلى وقت قريب، من مهام العائلة والمدرسة، أما اليوم وبفعل التحول الجذري الذي طرأ على وسائل الاتصال كمفاهيم وأجهزة وبالذات التلفزيون، حيث أمتدت إلى أن تلعب دوراً أساسياً في آليات التبليغ والتأثير الأجتماعي، فالمشاهد هنا كالقارئ، وثقافة المشاهدة للتلفزيون تتيح أمكانيات لتطوير ثقافة الفرد كونها ثقافة متعددة المصادر والأتجاهات والمواقع، ولها مضامين متنوعة وشاملة، حيث يمكنه الإختيار بين ما يعرض، والمحصول المعرفي له تأثيرات متعددة أجتماعية وثقافية ونفسية، ويذهب الباحثون في الإعلام إلى (أن " الراديو والتلفزيون" أصبحا من أقوى الوسائل الإعلامية وأكثرها تأثيراً على الجمهور.)[1]

ثقافة الصورة

أن مصطلح "ثقافة الصورة" من المصطلحات الجديدة في مجالات التناول الثقافي المعاصر. فالصورة تتميز بقدرات فائقة وبالتالي ميزات خاصة، و تعتبر من أهم وأقدر الوسائل على الإقناع.

[1] جيهان رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977م، ص ج من المقدمة.

عرفت البشرية الصورة منذ آلاف السنين، حيث وجدت العديد من المنقوشات والحفر على جدران الكهوف التي كان يأوي أليها الإنسان، وتطور الأمر حتى توصل إلى القلم والفرشاة والورقة أو الجدران والحجر وسواها (وكانت الصور المرسومة يدوياً تؤدي لإنسان ذلك الزمان ثلاث وظائف أساسية هي:[1]

- تسجيل مظاهر الحياة وظواهرها.
- التعبير عن معاني وأحاسيس لم يختبرها الإنسان في واقعه المادي، ولكنه تصورها أو سمع عنها وتأثر بها من خلال توارث الثقافات البشرية.
- ج- توضيح معاني الكلمات، ولاسيما للكلمات الجديدة على السامع أو القارئ.
- وتتم قراءة الصورة على ثلاثة مستويات هي:
- المستوى الأول: هو مستوى الكليات، ويحيط فيه الإنسان بمحتويات الصورة بشكل عام.
- المستوى الثاني: هو مستوى الجزئيات، يحاول فيه الإنسان تبين ملامح أجزاء الصورة وصفات كل جزء منها.
- المستوى الثالث: وفيه يحاول الإنسان تفسير الصورة وتأويلها.
- فبعد النطق والكلام الشفاهي في بداية عصر البشرية، ومن ثم اللغات والكتابة والتدوين كأساليب اتصالية، كانت اللغة وبالذات الأدب هو ما يعكس صور الواقع ، وقد أبدع بعض الأدباء في تصويرهم للواقع بشاعرية فذة وموهبة خلاقة بثت الحياة في الجماد بدلاً من تجميد الحياة، ولم يقتصر ذلك على الشعر بل حتى الرواية أو غير ذلك من النتاجات الأدبية، والأمثلة كثيرة في الأدب العربي من أدب المعلقات إلى النتاجات الحالية، ولا يعني هذا أن دور الكلمة

[1] محمود سامي عطا اللـه، السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1977م، ص14.

والأدب قد أنتهى في هذا المضمار، بل قد تحتاج الصورة إلى الكلمة، ولكن دائماً نقول" دع الصورة تتكلم، أو دع الصور تتكلم" لما للصورة من قدرة على التعبير، لا شك بأن تأثير الصورة يفوق تأثير الكلمة لوحدها وهي التي تدوم في المخيلة لمدة أطول نتذكرها متأثرين بها، يعرّف إدوار هريو بأن (الثقافة هي ما يبقى للإنسان عندما ينسى كل شي)[1]، فإن الصورة هي التي تبقى في الذاكرة، فقد ينسى أحدنا كتاباً قرأه قبل فترة، ولكنه بالتأكيد لن ينسى مشهداً بصرياً، أو صوراً خصوصاً لو أنها كانت تملك جرعة عالية من الجاذبية والدهشة.

ولتعريف الصورة وأنواعها: الصورة تعنى "محاكاة"، وهي في المجال السيكولوجي مترادفة مع: "التشابه"، "النسخ"، "إعادة الإنتاج"، وفى العربية تعنى "هيئة الفعل"، "الأمر وصفته".

للصورة أنواع متعددة (حصرها د.شاكر عبدالحميد في كتابه "عصر الصورة"، سلسلة "عالم المعرفة،الكويت، 2005م): "الصورة البصرية" وهى الملموسة للعيان والصورة "بوصفها تعبيرا عن التمثيل العقلي للخبرة الحسية" حيث يتشكل الوعي بالصورة و"الصورة الذهنية" وهى ليست حرفية أو مماثلة للصورة الحسية بل درجة أعلى. ثم الصورة "التي تشير إلى المؤسسات أو الأفراد أو الشعوب".. مثل صورة الشعب الصيني وملامحه وصور "عناصر الحلم والتخيل" كما أن هناك "الصورة اللاحقة" التي تتشكل عند حاسة الإبصار بعد منبه حسي على العين. أما "الصورة الارتسامية" فهي نوع من الصور الشبيهة بالإدراك، ثم "صور الذاكرة" التي تعد نوعا من التفكير المألوف لنا في عمليات التفكير.

أما الصورة الرقمية المولدة بالكمبيوتر فقد أدت إلى تحولات جذرية في الثقافة الإنسانية، نظرا لدورها كمعلومة، مع سهولة الحصول عليها والتعامل

[1] لويس دولّلو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993، ص67

معها، ثم تخزينها وإنزالها من شواهد تلك المتغيرات: أن فقدت الصور الزيتية كونها صور فريدة ووحيدة، وفقدت الصور الضوئية التي ترصد لحظة ما بآلات التصوير الضوئية كونها تعبيرا ذكيا لصانعها، بينما في المقابل لعبت الصور الرقمية دورها في الاحتفاظ بوظائف الصورة التقليدية والمتاحة سلفا، مع دورها المعلم لكونها ذات شكل معلوماتي محملة بها.. تلك المعلوماتية التي اعتبرها "بل جيتس" حين سأله أحدهم عن ثروته التي تتعاظم فقال: "أن ثروتي بسبب المعلومات المتاحة في شبكة الانترنت، وليس بسبب التقنية ذاتها".

وصور "الواقع الافتراضي"، مصطلح قال به العالم "جاردن لانير"، حيث يشعر مستخدمو الكمبيوتر أنهم يعايشون العوالم التي يقوم الكمبيوتر بتخليقها بالصورة والصوت واللون والخط وغيرها من الأنظمة الخاصة بالكمبيوتر.)[1]

خصائص الصورة التلفزيونية

أفرز التطور العديد من الأساليب التي تتعامل مع الصورة وصولا إلى عصر الكاميرا والتلفزيون اليوم، وأن فهم الصورة وإدراك ما ترتجيه، يتعلق بثقافة الفرد ومدى إطلاعه على الحضارات البشرية وإبداعات فنانيها، وللصورة مكونات وتأثيرات عديدة، فهي مثير بصري فعال، خصوصا اليوم في عصر الصورة المتحركة وفي التلفزيون، حيث أكتسبت خصائص جديدة جعلتها متميزة التأثير، ويمكن الإشارة إلى بعض التأثرات للصورة منها:

التأثيرات النفسية والتربوية للصورة:

أن أنجذاب المتلقي تجاه المادة المعروضة بفعل التأثيرات النفسية للصورة كونها تنقل الواقع بأشكال صور خيالية وذات سمات ساحرة جذابة، كما يقول

[1] السيد نجم، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الالكترونية"، الصورة وواقع الأدب الافتراضي، مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن- عمان،2007م

أرسطو (إن التفكير مستحيل من دون صور)[1]، لقد كان الأدب هو الذي يقوم بتلك المهمة طيلة القرون الماضية فكان هو مقياس ثقافات الأمم ويعكس واقعها الأجتماعي وتاريخها، ولازال الأدب في بعض الشعوب هو الأكثر شعبية ولكن هذا الدور بدأ ينحسر بعد أختراع الصورة المتحركة كوسيلة للتعبير سواء في السينما أو التلفزيون، خصوصاً بعد أنتشار القنوات الفضائية، حيث لم تعد الصور حكراً على دولة أو أمة، (لقد عمت الصورة البشرية كلها وتساوت العيون في رؤية المادة المصورة مبثوثة على البشر كل البشر دون رقيب أو وسيط. هذا تغير جذري من الكلمة المدونة التي هي روح الأدب وعنوان الثقافة الأصيلة، إلى الصورة التلفزيونية التي هي لغة من نوع جديد وخطاب حديث له صفة المفاجأة والمباغتة والتلقائية مع السرعة الشديدة ومع قوة المؤثرات المصاحبة وحدية الإرسال وقربه الشديد حتى لكأنك في الحدث المصور من دون حواجز)[2] ، من هذا الحديث يمكن أن نستنتج أهمية الصورة في العصر الراهن قياساً بالأدب، ومما جاء في المثل الصيني: (الصورة تساوي ألف كلمة)[3] .

أن ثقافة الصورة أمست اليوم علامة على التغيير الحديث وهي أيضاً السبب فيه، لذا أهتم الجميع بها، فالنقد الثقافي يعتني اليوم بثقافة الصورة والجامعات والمؤسسات العلمية والإعلامية خصصت حيزاً كبيراً لدراستها والصورة كوسيلة إعلامية لم تعد على حد قول مارشال مكلوهان المشهور " الوسيلة هي الرسالة"، بل لقد تجاوزت لتكون هي الرسالة والمرسل أيضاً، مما يستدعي إعادة التقييم للنموذج الأتصالي، فالصورة المتحركة المباشرة أختزلت العناصر التي كنا نتحدث عنها طيلة عقود، وأصبح هنالك تداخل كبير بين

---

(1) أفلاطون –فلسفته وآراءه في المدينة الفاضلة مطبعة بيروت 1970 ص98 لبنان

(2) عبد الله الغذامي، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب، ط2 2005مص24

(3) أمثال صينية، جمع مكتبة المتنبي، 1975 ص65 العراق

العناصر الثلاثة، حقاً أن الصورة ليست وليدة اليوم، إلا أن أهميتها ازدادت بشكل كبير في العصر الحديث، فالحياة المعاصرة لا يمكن تصورها من دون صور، وهذا ما أكده رأي الناقد الفرنسي (رولان بارت) حيث يقول :(إننا نعيش في حضارة الصورة)[1]، لقد جعلت الصورة بشكلها في القنوات الفضائية الإنسان في مواجهة مباشرة مع الحدث،

أن ثقافة الصورة هي ثقافة مفروضة علينا، تقتحم بيوتنا وتؤثر على ثقافتنا و أفكارنا وليس لنا سيطرة عليها فهي قابلة للتكرار ومن خلال هذه العملية يحدث نوع من الأهمية والتأثير ومن ثم التفاعل، كما إن التغذية المرتدة مطلوبة من الآخرين كما تفعل العديد من البرامج الثقافية على التنميط الثقافي الذي يعني إنتاج نمط ثقافي واحد وفق إرادة المنتج المهيمن بالتعاون مع المخرج والمعد والمقدم، ويكون ذلك عبر أحتكار وسائل الاتصال والسيطرة المختلفة كالتقنية والمعلوماتية وتكنولوجيا الاتصالات، أن لسحر الصورة مكانتها المثيرة والسحرية في نفوس الآخرين

ويتطلب الأنتباه إلى ذلك ومتابعة أثرها على ثقافة المجتمع والتربية وعلى نفسية المتلقي، فالعديد من البرامج خصوصاً برامج البث المباشر، ممكن أن تكون ذات تأثير ثقافي كبير خصوصاً على الفئات التي تعاني من النسيان والتهميش الأجتماعي وتشاهد التلفزيون بكثرة، فتحتاج إلى من يأخذ بيدها وينتبه لها.

أن ثقافة الصورة هي ثقافة المستقبل والتي لا يمكن لرقيب أن يمنعها كما أنها تنشر كل الثقافات ولكن تبقى ثقافة الأقوى، "المالك لهذه التقنية والمتحكم بها" ومعظم ثقافات الأمم باتت تواجه اليوم، أقتحام البرامج المعولمة بالصورة

[1] رولان بارت، الصورة التأثير الإعلامي ، ترجمة عد الجبار الغضبان، مطبعة الثورة –اليمن 2001

والصوت من الخارج، لتحل بديلاً عن البرامج المحلية التـي تخلـق الرتابـة والملـل لتـأتي مـن خـلال البرامج الثقافية وغيرها والتي تتخذ التسلية والمرح رسالة لها كهدف ظاهر ولتمرير ثقافـات هادفـة كهدف مبطن.

أن ثقافة الصورة بأشكالها المتعددة وأخطرها القنوات الفضائية تلعب ولعبت دوراً أساسـياً في تشكيل وعي الإنسان المعاصر بأشكال ايجابية حينا وأشكال سلبية حيناً آخر.

التأثيرات الاجتماعية والسياسية لثقافة الصورة

أن ثقافة الصورة وتأثيراتها دخلـت كـل مجـالات الحيـاة البـشرية، فقـد كـسرت الـصورة حاجز التلقي لدى الأميين وأصبح بإمكانهم مشاهدة ومتابعة ما تعرضه الفضائيات، ولن يعـد ذلـك حكراً على الأغنياء، بل تتوفر اليوم أجهزة الأستلام وبأسعار زهيدة بأمكان معظم الناس اقتنائها، كما يشاهد الفضائيات الصغير والكبير، مما يعني سعة تأثيرها، فاليوم لا يحتاج المتلقي إلى معرفة اللغـة أو أمتلاكه مستوى وعي ثقافي معين لمتابعة المواد عبر التلفزيون، فقد راح عصر النخبة، رغم أنهـا لم تفقد دورها القيادي، فهي التي عليها أن ترسم وتخطط .

وبدون ذلك سنفقد البوصلة، (إن الصورة عـبر وسـائل الاتـصال الحديثـة قـد قلبـت تماما دور المجتمع عامة والأسرة خاصة وأغتصبت الذات وانتهكت الحرمـات الخـصوصية علنـا جهارا نهارا ودون أية علامات استفهام لهذا الواقع الذي يعرض علينا ومساءلة علاقته بـالواقع الذي نعيشه. نحن بأمس الحاجة إلى تلفزيون عربي ذي برامج تساعد على التنشئة الاجتماعية والتربوية لأجل تربية الناشئة العربية على الالتزام وان نبتعد عـن التطبيـع والانكـشاف حيـث

القبول بكشف كل عوراتنا وإنهاء هذه الظواهر الناشئة عن تأثير وسائل الاتصال الحديثة كالتحوّل في القيم والتطبيع مع العنف والخنوع والإذلال)[1] .

أن الحديث عن القنوات الفضائية يجرنا إلى الحديث عن الانعكاسات السلبية لها، وكثيرا ما ننسى أن هذه الثورة قد شجعت القطاعات الثقافية على النموّ بما قلّص من المسافات بين الشعوب والمجموعات ولعبت دوراً في تربية الأفراد وتنمية قدراتهم ومداركهم ومعارفهم، كما لعبت دورا في ديناميكية المجتمع (فلسنا وحدنا من سوف تقع عليه هذه التحولات، فالمجتمعات جميعها في مرحلة ثقافة الصورة هي الغازية والمغزوة في اللحظة ذاتها)[2] بأختصار لقد دخلت الصورة في صميم التكوين النفسي والعقلي للمجتمع. كما أن للصورة تأثيرات فكرية وأقتصادية ناهيك عن الثقافية.

يمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري استناداً إلى خلاصة ما توصلت إليه دراسات أكاديمية حول الاتصال الجماهيري:[3]

1 ـ **المؤالفة Socialization:** حيث يسهم الإعلام المرئي في احتواء الفرد داخل إطار اجتماعي محدد، ويفرض عليه بمرور الوقت الاستجابة لمتطلباته.

2 ـ **السيطرة الاجتماعية** Social Control: ويلعب الإعلام بطريقة **ما** في إعادة إنتاج للنظام الاجتماعي القائم، عن طريق إثارة احتجاجات مستمرة تجاه النظر للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني، والنظرة السياسية.

---

[1] باسم محمد ولي ، علم النفس الاجتماعي 2004م، دار الثقافة، عمان- الأردن، ص 431 .

[2] محمد جاسم ولي، الصورة وتأثيراتها النفسية، والتربوية، والاجتماعية، والسياسية، جامعة بغداد – مركز البحوث التربوية والنفسية، بحث مقدم لجامعة فيلادلفيا الأردن -عمان، ص13.

(3) فؤاد إبراهيم، ثقافة الصورة..التحدي والاستجابة، وعي الصورة.. صورة الوعي، بحث مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن- عمان،2007م، ص 22.

3 ـ **إعداد الأجندة** Agenda Setting: وهو هـدف غـير مبـاشر، مبنـي عـلى فكـرة أن الإعـلام عمومـاً والمرئي منه خصوصاً يحدد النظرات حيال الحوادث والموضوعات التي تستحق الاهتمام.

4 ـ **المخاوف الأخلاقية** Moral Panics: وهي تأثيرات نابعة من كون الإعلام ممثلاً لجماعـة فرعيـة أو ثقافة فرعية بوصفها خطرة أو شاذة.

5 ـ **التبدّل السلوكي** Changing Attitude: ويحدث هذا التبدل كنتيجة مبـاشرة للتعبئـة الفاضـحة أو كنتيجة للتناوب الناجح Successful Alteration بطريقة تدفع الناس للتفكـير في موضـوعات محـددة لتهيئتهم للتصرف بحسب أفكارهم ونظراتهم الجديدة.

كما يمكن الإشارة إلى بعض الملامح الناتجة عن التطورات التكنولوجية في عصر الصورة، تلـك التي يراها البعض منها ما يعد من سلبيات الصورة.

سلبيات الصورة:[1]

للصورة أهميتها التربوية والتعليمية، وفى عالم الاتـصال الإعـلام والإعـلان والفنـون الـسمعية البصرية، ومع ذلك فالسلبيات عديدة ولافتة:

- هيمنة الواقع الافتراضي، مما قد يؤدى إلى الإدمان، كما في حالة بعض الألعاب المسلية.
- هيمنة ثقافة المظهـر والـشكل والإبهـار والاسـتعراض عـلى حـساب ثقافـة الجـوهر والمـضمون والقيمة والعمق حيث تتحول الصورة إلى واقع بدلا عن أن تعكس الواقع.

[1] السيد نجم، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الالكترونية"، الصورة وواقع الأدب الافتراضي، مقدم إلى جامعـة فيلادلفيا، الأردن- عمان،2007م،ص4.

- هيمنة الصورة في حالتها السلبية، يعد معاكساً للإبداع وما أحوجنا إليه في حياتنا اليومية وذلك نظرا لهيمنة ثقافة الكثرة والنقل والمحاكاة عن غيرنا.
- هيمنة ثقافة صناعة النجوم، وما يستتبعها من أساليب غير أخلاقية.
- توليد حالة من الإجبار العقلي أو "غسيل المخ"، بعض الأنظمة يمكنها توليد الأثر النفسي الفاعل (على الجانب الآخر استخدمه الأطباء النفسيين في العلاج من الفوبيا أو الخوف اللا ارادى).
- ما يعرف بجرائم الصورة (جرائم الانترنت) وهى تقوم على الخداع واستخدام الصور المزيفة أو حتى الحقيقية للإيقاع بالضحية.
- وقد نخلص إلى أن "ثقافة الصورة" التي تقوم في جوهرها على الجديد والخيال وتنشيط الإبداع تحولت إلى تخوف من هيمنة ثقافة التكرار واللا إبداع.

ثقافة الصورة التحدي والاستجابة

تطرح الثورة الاتصالية بتمظهراتها الثقافية والمعرفية أسئلة مصيرية من قبيل: هل حقاً نجحت الصورة في وأد الكلمة؟ وهل تبدّلت وسائل صنع الوعي؟ وهل فعلاً بدأت لحظة إعداد بيان نعي موت الثقافة؟. هذه الاسئلة ومثيلاتها تكتسب أهمية خاصة كونها تضعنا أمام أشد التحديات صعوبة، تلك المتصّلة بتكوين الوعي.

التطور التاريخى للصورة

تعرّف الإغريق على المبادىء الأساسية لصناعة الصورة، وفي قرون لاحقة عكف العالم العربي الحسن بن الهيثم على تحقيق حلم إنتاج الصورة حين جرّب انعكاس الضوء بالصور المقولبة داخل صندوق مظلم، ولكن لم يتم تجسيد الحلم إلا في بدايات القرن التاسع عشر، حيث أثمرت الجهود في ضبط التخيّلات عن طريق وسائل ميكانيكية وفي العام 1822 أجرى الفرنسي نيسيفور نابيس أول تجربة تصوير، وتم التقاط أول صورة فوتوغرافية في صيف العام 1827، من قبل

ضابط متقاعد في الجيش الفرنسي، أطلق عليها (هيليوغراف) أي (صورة شمسية)، إستغرق تظهيرها ثماني ساعات.

ولم تبدأ الصورة من الناحية الواقعية إلا سنة 1839، حين سمع العالم عن شيء ما مهول فقد اخترع لويس داغر طريقة تحميض الصورة الثابتة الملساء على لوح فضي، إستغرق تظهيرها نصف الساعة وفي العام نفسه، أعلنت الأكاديمية العلمية الفرنسية هذا الاختراع العلمي، حيث اعتبر هذا العام تاريخاً لاكتشاف فن التصوير الطباعي. وفي العام التالي، إكتشف الإنجليزي وليام تالبوت آلية الحصول على صورة مثبّتة على ورق تصوير، وكان هذا الإكتشاف خطوة هامة باتجاه عملية الايجابي ـ سلبي (تصوير سلبي ـ نيجاتيف) وفي العام 1846 أقام الألماني كارل تسايس في مدينة (إيانا) أول مصنع للبصريات وتكنولوجيا التصوير. وفي العام 1888 قام جورج إيستمان (1854 ـ 1932) بتجهيز (لفّة) بين المنتوجات الفوتوغرافية، عرفت بإسم فيلم سيلولود، وفي سنة 1895 بدأ تاريخ جديد للصورة، مع ظهور أول صورة متحركة، أطلق عليها ريجيس دوبريه الصورة السائلة.

وكان المصوّر ادوارد موي بريدج (1830 ـ 1904) البريطاني الأصل قد تم اختباره من قبل حاكم كاليفورنيا لالتقاط صور متحركة لسباق الخيل المفضل، حيث تم اللقاء مع ثوماس أديسون (1847 ـ1931) مخترع الفونوغراف، وقد تأثر بريدج به، فاخترع فيما بعد (زوبراكسكوب)، والذي مهّد في وقت لاحق لإنتاج أفلام سينمائية بوتيرة متسارعة.

في 9 أكتوبر سنة 1934 تمكّن مصوّر فرنسي من التقاط صورة أحد الوطنيين وهو يطلق الرصاص على الملك اسكندر ملك يوغسلافيا في مرسيليا، فأدى الى مقلته ومقتل رئيس الجمهورية الفرنسية، ثم بعث رجل الكاميرا بالصورة من مرسيليا الى باريس، واستطاع القراء أن يشاهدوا الصورة في شوارع

باريس على الصفحة الأولى بعد 43 دقيقة من مصرع الملك. وكان هذا الرقم القياسي في سرعة التقاط الصورة وتحميض الفيلم وطبعه وبثّه بالتلفون ثم تحويل الصورة الى كليشيه وطبعها في الجريدة، هي حالة فريدة من نوعها حينذاك.

على أن تلك القصة رغم كونها مازالت تحتفظ بقدر كبير من الإثارة ولكن ثورة الإتصالات الكبرى الحاصلة في العالم قللت كثيراً من شان تلك المغامرات النادرة بالوسائل البدائية، لكثرة البدائل التقنية المعقدة التي تقوم مقام طاقم كبير من الموظّفين. ففي العقد السادس من القرن العشرين حصل التحول الدراماتيكي في التقانة الإعلامية، مع انطلاق أول قمر صناعي من الولايات المتحدة في العام 1962، وكان يحتوي على شبكة إتصالات ضخمة عرفت باسم (Telestar)، يتجاوز إرساله حدود الولايات المتحدة ليغطي قارات العالم تقريباً، بعد إدخال جملة من التحسينات والتعديلات الفنية العام 1964.

الثورة التقنية العارمة في نظام الاتصالات ألغت الحاجة الى القوى البشرية، وأطاحت العديد من وسائل الإعلام التقليدية، وأنماط العمل الإعلامي السائدة، وبات الإعتماد بدرجة أكبر على الكمبيوتر والأجهزة الالكترونية، ففي عام 1993 بدأ الحديث عن الكتاب الاليكتروني الذي أضحى الآن حقيقة.

ويخوض الكمبيوتر في الوقت الراهن حرباً ضروس في مجال إنتاج الصورة وتوزيعها، بعد أن أصبح بفضل تطوّر التكنولوجيا الصورية المسؤول عن انفجار صوري كوني، ويتجه الى إحتواء تكنولوجيا التلفزيون للإندماج في كمبيوتر مرئي، بما يبشر بثورة عارمة في مجال الصورة، تحقيقاً لفكرة (حضارة الصورة).

فقد نتج عن الثراء الاتصالي عن لغة جديدة بات الجميع يفهمها، وهي لغة الصورة التي نتداولها في تحضير لحظة جامدة في الزمن نتبادلها مع الآخرين

أو لحظة متحركة نعيشها معاً ونتأثر بإشعاعاتها فمن خلال الصورة، أصبح بإمكاننا استدعاء لحظة من طفولتنا، ولحظات الفرح والحزن في حياتنا وتقاسمها، ولأن الصورة تحتّل جوهر لحظة ما وتجعلها دائمة، فإننا نقوم بمشاهدتها مرة بعد أخرى لقد بات بإمكاننا الآن عبر الصورة، توثيق ليس الماضي فحسب، بل وحتى الحاضر، فأضحت الصورة الشاهد الملك والمدوّن لحوادث العالم، بل والحياة التي نكسوها عليه فالمصوّرون يسجّلون الحروب، والمظالم والفقر، والمأساة الانسانية، والفرح الانساني.

وقد تكرّس نفوذ الصورة عبر السنين في التأثير على الرأي العام، بتوثيق الكوارث، وإطلاعنا على الحروب في جوانبها المرعبة، وكان لدى مصوّري الحروب رؤى عظيمة، حيث أن الصور التي التقطوها تكشف فظائع الحرب التي قد تساعد في منع وقوع حروب مستقبلية، وكان بعضهم يعتقد أن الصور التي يلتقطونها ستؤدي الى إنقاذ العالم. فهناك عدة آلاف من صور حرب فيتنام قد شوهدت بعد أيام من التقاطها، وتركت أثراً على كثير من الجمهور في أرجاء عديدة من الكرة الأرضية، وأطلقت مشاعر الغضب والاحتجاج ضد استمرار الحرب بفعل فظاعة الحرب كما عكستها الصورة هي ذات الوسيلة التي غيّرت وجه العالم في الحادي عشر من سبتمبر 2001، حيث لعبت الصورة الحيّة في تغيير حركة التاريخ، بعد أن أفاق العملاق الاميركي على صدمة هلع وهو ينظر الى رمزي التفوق يتداعيان في مشهد مشحون بدلالات حضارية وثقافية، ولا ننسى دور الصورة في حروب المنطقة بدءً من أفغانستان ووصولاً الى لبنان، وهانحن نعيش حرب الصورة في العراق التي تكسو المشهد اليومي بؤساً مضمّخاً بلون الدم.

لقد أصبحت لدينا إمكانية رؤية ومعرفة ما يجري عن طريق التدفق المتصل للصورة، وبات باستطاعتنا أن نأخذ علماً بالتاريخ الذي يصنع، وغدا كوكب الأرض في مرمى الكاميرا التي تمنحنا إمكانية التأمّل في حوادثه. في

المقابل، يشكو كثيرون من سطوة وكثافة حضور الصورة في حياتنا اليومية، بحيث جعلنا داخل غيمة إعلامية، ففي حين كان الإعلام عموماً يضفي على الأشياء شكلاً، فإن زيادته تغوص بنا في ما لا شكل له، بسبب سرعة الصور المتدفقة التي لا تدع مجالاً للتأمل.

وكانت رؤية سدنة الصورة: من أجل أن تحصل على صور مؤثِّرة، فأنت، في بعص الاحيان، بحاجة الى أن تصدم الجمهور، فالصور التي تبقى في الذاكرة وتُستدعى، بصورة دائمة، هي تلك التي تنطوي على صدمة، أو تحدث هلعاً، فهذه الصور تبقى معنا، وتترك بصمة في عقولنا، وتربض في ذاكرتنا. بكلمات أخرى، أن قابلية إستدعاء الصورة يكمن في سطوتها، في تخليق إنطباع بصري يوقظ شيئاً ما في الشخص الذي ينظر اليها، قد يكون إحساساً بالخطر، أو إحساساً بالحنان والرقّة. وبالطبع، فلابد أن تبعث الصورة رد الفعل العاطفي بداخلها الذي يتملَّكنا ويدفع بنا للتفكير.

ثقفنة الصورة و تجفيف الوعي

يعرّف إدوار هريو بأن الثقافة هي ما يبقى للانسان عندما ينسى كل شي[1] وبلا شك، فإن الصورة تنعم بقدرة التسلل والاقامة الطويلة في الذاكرة فقد ينسى أحدنا كتاباً قرأه قبل عشرين عام، ولكنه بالتأكيد لن ينسى مشهداً بصرياً، أو صوراً، سيما تلك التي تحفل بجرعة عالية من الجاذبية والدهشة.

في واقع الأمر، أن المعرفة الانسانية عموماً منسوجة من كتلة تصويرات متفاوتة في تعبيراتها ودلالاتها، وأن مسيرة المعرفة كانت مترافقة على الدوام مع زيادة الثراء التخيّلي والتراث البصري على طول التاريخ. نتذكر هنا مقولة أرسطو: (أن التفكير مستحيل من دون صور)، فالصورة كانت دائماً عنصراً

[1] لويس دولّلو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993، ص67

تحريضياً في الانشغالات الفلسفية، ومدخلاً حتمياً للإجابة عن سؤال الماهية التي تعني هيئة الشيء، حيث يتجلى بقاء الأشياء في استمرارها وبقائها، وما يبقى منها يتم الكشف عنه في الصورة (idea) حيث يتجلى ماهو كل شيء من نوع جنس ما[1].

وفي زماننا، أضحت الصورة جزءً من سلطة المعرّفة الحديثة التي يسيطر عليها الإعلام، كما كانت مصدر إلهام للفلسلفات الغربية الميتافيزيقية المتناكفة، إذ باتت الصورة تظهيراً عقلياً للخبرة الحسيَّة نلفت الى أن الصورة كانت ساحة مواجهة أيديولوجية بين الكنيسة والدولة في أوروبا، ولذلك جرى تحريم الصور والنظر اليها كجزء من التجاذب بين الطرفين، وكان الحكّام يفرضون حظراً على الصور ذات الطبيعة الدينية كونها تشكّل خطراً على السلطة السياسية.

وهناك الآن أنواع جمّة من الصور تزداد كل يوم مع تطور وسائل المعرفة بما يقرّبنا من حضارة العين، ومن الناحية التقنية المحض فإن القرية الكونية التي بشّر بها مارشال ماكلوهان، هي صناعة صورة، ظهرت بعد حرب فيتنام في صور أطفال يقتلون بقنابل النابالم، والتي حرّكت الشارع الاميركي للمطالبة بوقف الحرب العبثية.

بواسطة الصورة، بات بالإمكان استعمال الحواس كافة (الشم، والسمع والنظر، واللمس).. فقد أسقطت الصورة الدور المحايد للمتلقي، وأملت عليه مهمة أخرى ليصبح متفاعلاً، إذ لم تعد الصورة تسجيلاً للحظةٍ مرئية في مكان ما، إذ تجاوزت وظيفتها التقنّية ودخلت في عملية الصياغة الذهنية ولعبة الحقيقة والزيف. فالصورة وإن باتت قادرة على فضح الحدث، ولكنها صالحة أيضاً

[1] مارتان هيدجر، الفلسفة في مواجهة العلم والتقنيّة، ترجمة د. فاطمة الجيوشي، دمشق 1998، ص ص 34، 87

للإستعمال من أجل إخفاء حقائق كثيرة، حين تمارس فعلاً ضدياً. وطالما أن أهم جزء في الصورة هو إيصالها، فإنها، كمنجز غربي بسبب تقنياتها المتقدمة وتجربتها الطويلة، تدخل في لعبة التنميط والقولبة والنمذجة في أبعادها الإعلامية والسياسية والثقافية.

وإذا كان الرهان على المنظومات الفكرية التي تحول دون انكسارها تحت وابل الصور المتدفقة ووسائل الاعلام عموماً، وهي ـ أي تلك المنظومات ـ ما تمدّنا بمناعة التأثّر من الدسائس الفكرية للصورة، فإن انشغالات الأخيرة تركّز إما على تعزيز تلك المنظومات الفكرية أو تفسيخها، بالنظر الى مصادر الصورة ومنتجيها وانتماءاتهم الأيديولوجية، بما يجعل الخبر مقبولاً أو منبوذاً يسرد أدغار موران شواهد عدة: فالألمان الذين أرادوا أن يجهلوا معسكرات الاعتقال النازية جهلوها، وفي العام 1945، إستقبل السكان الألمان صور معسكرات الألمان ورواياتها بوصفها أكاذيب دعائية والشيوعيون الذين أرادوا أن يجهلوا معسكرات الغولاغ جهلوها، والفرنسيون الذين أرادوا أن يجهلوا التعذيب في الجزائر جهلوه[1].

ولتصوّر الطبيعة المضلّلة للصورة، نتذكر طقوس ما يسميه ادوارد سعيد (أديان التلفزيون)، ولكن من زاوية مختلفة، حيث تتدخل الصورة خلال الحملات الرئاسية في توجيه وعي الجمهور، بتواطىء شفهي من المتنافسين على الرئاسة الاميركية. ففي مناظرة كينيدي ونيكسون في الانتخابات الرئاسية العام 1960، التي فاز فيها كيندي لأنه قبل بوضع المكياج الخاص بالكاميرات خلال اللقاء، فظهر للمشاهدين في صورة لائقة، بينما رفض نيكسون، التقليدي، مثل تلك البدع الجديدة، فبدا شاحباً[1].

[1] ادغار موران، مقدّمات للخروج من القرن العشرين، ترجمة أنطوان حمصي، دمشق 1993، ص 38

[1] المناظرات السياسية.. هل تحدد رئيس أمريكا القادم؟ أنظر:

http://arabic.cnn.com/2004/us.elections/10/25/us.elections/index.html

يجادل بورديه في كتابه (الحرب والصورة) ببراعة التوظيف المحموم للصورة من أجل صنع الواقع، حيث تدور رحى الحرب بين متسابقين على من يملك قدرة فرض الواقع الذي يشاء وحرمان الخصم من المشاركة أو تبديل هذا الواقع، الافتراضي بالضرورة. لا غرابة، حينئذ، حين تكون مصادر انطلاق الصورة هدفاً مركزياً في أجندة الحروب الأخيرة ففي حرب كوسوفو العام 1999 قصفت قوات الناتو مبنى التلفزيون في بلغراد وتدميره، وفي 27 مارس 2003 قصفت القوات الاميركية مبنى الإذاعة والتلفزيون في بغداد، وكادت أن تلقى قناة الجزيرة المصير نفسه في العام 2004، وفي يناير 2006 دمّرت القوات الإسرائيلية مبنى الإذاعة الفلسطينية ومبنى التلفزيون في مدينة البيرة وهدّدت بقصف مبنى التلفزيون في مدينة غزة. وفي 16 يوليو 2006، أي بعد ثلاثة أيام على اندلاع الحرب بين حزب الله واسرائيل، قامت الاخيرة بتدمير مبنى تلفزيون المنار فقد كان الإعتقاد بأن السيطرة على الصورة تمثّل الخطوة الأولى لحسم المعركة.

وتدلل هذه الأمثلة على أن ثمة سعياً حثيثاً من أجل الحيلولة دون تمكّن الحقيقة من القيام بتحرير الصورة من أسر خاطفيها، وأن حرب الصورة أسقط مبدأ الحيادية هذا لا يعني، بالضرورة، أن الحيادية سمة جوهرية للصورة فتجريد الأشياء يعطّل إمكانية تفسيرها وفهمها وندرك، بحكم الواقع، أن الصورة المرتبطة بالمقدس تصنع مخيالاً مندغماً في المقدس. ففي الحضارة الرومانية،حظيت الصور المقدّسة بمكانة فريدة في المنظومة الطقسية الرومانية، وباتت تتقاسم نفحة القداسة مع النص الديني الروماني.

إن مقولة دع الصورة تتكلم، تعبّر عن ذاتها، تستعيض عن الكلمات بكلمات من نوع خاص، من أجل تحويل المشاهد الى مستنطق للصورة، مشارك في حوارية صامتة تفوّض الصورة من يشاهدها مهمة التعبير عنها بكلمات، باتت مقولة

قديمة وطوباوية، فالصورة تشارك بكثافة في توجيه الأفكار المراد إيصالها عبر تلك العلاقة الحسية المباشرة.

ويمكن الزعم، أن الصور المتدفقة، بلا انقطاع، تمارس ديكتاتورية من نوع آخر، حيث لا تتيح فرصة للمتلقي بالتفكير بصورة مستقلة خارج مجال سريان الصورة، بما يؤول الى نفي الواقع، والمكوث مكانه فقد أطلق المفكر الفرنسي (جان بودريار) على حرب الخليج الثانية (1990ـ1991) بأنها نسخة تلفزيونية، فيما اعتبر مانول كاستي أن ما شهده الجمهور في تلك الحرب هي (الواقع المتخيّل) الذي فرضته تكنولوجيا الاتصال، حيث تختلط الحقيقة بالواقع المصنّع صورياً إنطلاقاً من مرحلة الإعداد العسكري وصولاً إلى الإستعراض التلفزيوني.

لاشك، أن مصدر قوة الصورة يكمن في كونها بمثابة نص مرئي مفتوح على اللغات قاطبة، وأنها ثرية بقدر يسمح بقراءات متعددة، فاحتلال الصورة للطاقة البصرية مهّدت لاختراق المخيال العام، وبالتالي الانشغال الذهني، وصولاً الى هيمنة المخبوء على الوعي، أي عبور الرسالة المندّسة في الصورة الى مربع اللاوعي، بما جعل للصورة مهمة سرّية تتجاوز البصر الى البصيرة.. فانحلال حدود الصورة يحيلها الى مضخّة معرفية مكتظّة بحزمة دلالات، وإيحاءات وتعبيرات لا تنتمي الى مجرد البعد الجمالي منها، فثمة رسالة غير مرئية تتسرب خارج الحدود الرسمية للصورة، تسهم في إنجاب كوكبة مفهومية تعكسها على مجمل المناشط الثقافية والمعرفية المسؤولية عن صنع الوعي. فالمخزون الدلالي للصورة يجعلها أداة إتصالية عالية التأثير العاطفي والمعرفي، بل تحيلها الى وسيط حواري ممتد، محدثة غزارة في المعاني والدلالات وحضوراً كثيفاً في المشهد الثقافي والمعرفي اليومي.

فالصورة باتت القابلة التي تساعد المشاهدين على أن يلدوا أفكارهم الخاصة، المتطابقة مع الرؤية الثاوية في الصورة. فهي تملي علينا ما يجب فعله وتجعلنا نشاهد ما تريد منا مشاهدته، فنتحرك ونلفظ بطريقة مماثلة. إنها تقودنا إلى نقطة في منتصف الطريق ثم تتخلى عنا كيما نواصل السير إلى النهاية المقررة سلفاً. إنها لا تريد منا أن نكون إبداعيين في التفكير، لأن الصورة التي يفرضها نظام الإنتاج الصناعي، ذات طبيعة غير حوارية. ففي كلمة أمام الجمعية العامة للأمم المتحدة، تحدث رئيس الوزراء الماليزي السابق مهاتير محمد في الثاني من أكتوبر 1993 (إن ما نسمعه أو نشاهده هو في الواقع ما قررت وسائل الإعلام الغربية هذه إننا يجب أن نسمعه أو نشاهده)، وأشار إلى (الاهتمام البالغ الذي تبديه وسائل الإعلام الغربية برقصة المغني مايكل جاكسون، أكثر كثيراً من إهتمامها بإذاعة شيء يحدث في اللحظة ذاتها ويتعلق بمذابح، وعمليات قتل جماعية، أو معاملة وحشية يتعرض لها بنو الإنسان في أماكن أخرى من العالم).

الصورة، وبخلاف وسائل التواصل الثقافي الاخرى، أسقطت عامل السن فهي قابلة للإدراك والقراءة وإن بمستويات متفاوتة، من كل الفئات العمرية طفلاً كان أم شاباً أم كهلاً، وهي تؤثّر فيهم جميعاً بدرجات متباينة. ولا شك أن صورة محمد الدُرَّة وهو يسقط شهيداً في حضن والده كانت نصاً مفهوماً من قبل المستويات العمرية كافة، وكانت كفيلة بتغيير مسار النضال الفلسطيني وتفجير الغضب الجماهيري في أرجاء الوطن العربي والاسلامي.. وصورة البارجة الاسرائيلية وهي تنفجر بصاروخ من المقاومة اللبنانية بالقرب من شواطىء بيروت كفيلة بتغيير مسار الحرب، والأوضاع النفسية في الشارع العربي. وصورة مجزرة قانا كانت كفيلة بإحداث تصدّع في التحالف الدولي مع الدولة العبرية في عدوانها على لبنان في يوليو ـ أغسطس 2006.

ينبىء ما سبق عن أن الصورة باتت قوة إقناعية ناشطة، تعزّزت، بدرجة أكبر، بارتباطها بالصوت لتشكّل وجبة معلوماتية مكتملة العناصر. فالتقنية الحديثة لم تجعل الصورة منتشرة في كل مكان فحسب، بل حوّلت مفاهيمها أيضاً، فقد بات بوسع أي شخص يعيش في ظل الثورة الإتصالية أن يغنم دفعات متصلة من الصور ذات الأشكال الفنية والثقافية والتعبيرية المعقّدة.

وتم استبدال الروتين الطويل للرسم والتلوين بانتصار آلة التصوير التي استحوذت على سبيل المثال على تمثيل الموضة تماماً. والرواية المسلسلة، والتي كانت تحتضر أصلاً في فترة ما بين الحربين تفقد مكانها في عصر التلفزيون للمسلسل الذي يعرض على الشاشة. وحل الفيلم السينمائي، الذي سمح بمجال أعظم كثيراً للموهبة الإبداعية الفردية بعد انهيار نظام إنتاج الأستديو في هوليوود، ومع توجه جمهور السينما نحو البيوت لمشاهدة التلفزيون وبعد ذلك الفيديو...

لقد أحدثت الصورة إنهياراً متسارعاً في حدود الزمان والمكان، في عملية افتئات واسعة النطاق على المصادر الثقافية التقليدية، في سياق صنع استقطاب ثقافي عولمي، يقطع صلة المجتمعات بجذورها الثقافية، ومنظومات قيمها ويستوعبها في دورة إتصالية بالغة الثراء، ولكن وفق شروط ثقافية قهرية، تكون فيها الصورة أداة إعادة تشكيل الوعي، مفضية الى قطيعة مع الثقافة المكتوبة وتكوينها العقلاني. بالنسبة للمجتمعات القروية والريفية، كانت صدمة الصورة عنيفة، أحدثت معها زلزلاً مدمّراً أحياناً في نظام القيم الاجتماعية، قياساً الى المجتمعات المدنية والحضرية التي عاشت تحوّلاً إتصالياً تدريجياً.

لاريب، وإنصافاً في القول، أن الصورة ساعدت في تسهيل استيعاب الطلاب للنظريات العلمية المعقّدة، وأن حضور الصورة في العلوم التطبيقية والنظرية

والطبية والهندسية وحتى العلوم الانسانية ساعد في جعل المادة العلمية سهلة الهضم ذهنياً. فقد شغلت الصورة حيزاً هاماً في مناهج التعليم المدرسي، على حساب مساحة النص المكتوب، الذي بات مرهوناً للعون الذي تقدّمه الصورة في اكمال وظيفة التعليم. يحلل ايريك هوبزباوم ذلك بما نصه (فمن يقرؤون الكتب لأغراض جدية، خلا الاغراض المهنية أو التعليمية أو الاغراض المشابهة الاخرى، كانو قلة قليلة. ومع أن الثورة التعليمية قد زادت من أعدادهم على نحو مطلق، فإن سهولة القراءة تراجعت في دول ذات تعليم شامل نظرياً، حيث توقفت الطباعة عن أن تكون البوابة الرئيسية الى العالم فيما وراء الاتصال ما بين الفم والأذن. ففي أعقاب الخمسينات لم يعد حتى أطفال الطبقات المثقفة في عالم الغرب الغني يقبلون على القراءة عن طواعية كما كان يفعل آباؤهم).

في المقابل، كسرت ثقافة الصورة إحتكارية مصادر التربية التقليدية، فلم تعد الأم مصدراً مهيمناً للتربية، فقد أصبح الطفل يخضع لمصادر تربوية أخرى.

فلم يعد الطفل يلبس ويتصرف ويفكّر كما تشاء أمه، فقد أصبح منهوباً لتبدّلات تربوية دراماتيكية تستجيب لطبيعة الصور التي تتسلل إليه بدون انقطاع عبر الشاشة يقول أحدهم:(اندهشت عندما دخلت الصغيرة ذات السنوات الخمسة، وهى ترتدى «الهاف ستومك»، وتضع «المانيكير»، و«الروج»، وترتدى حذاءً ذا كعب عالٍ، وقصة شعرها مثل الراقصة (فلانة).

يرى الدكتور محسن خضر ـ أستاذ أصول التربية بجامعة عين شمس ـ بأن ثمة ما يدعو للقلق إزاء طغيان ثقافة الصورة على شخصية أطفالنا ومراهقينا، فلم يعد المثل الأعلى للطفلة الأم التى معها فى المنزل، والتى كانت سابقًا تحاول تقليد دورها فى المطبخ، وفى رعاية الأطفال، فتقوم بنفس الدور مع

عروستها، ولم يعد المثل المعلمة أو الأخوات الكبار، بل أصبحت القدوة والمثل الأعلى نماذج غير سوية تفرضها ثقافة الصورة، وتروج لها ليل نهار[1].

ولأن التقليد هو منتوج بصري بدرجة أساسية، فإن تعدد الوسائط البصرية يزيد في مساحة التقليد وأشكاله. فقد كان الطفل الرضيع يقلّد والدته وإخوانه في البيت، ولكن حين يكبر يشاهد التلفزيون، ويذهب الى الروضة والمدرسة، ويذهب الى السينما ويمضي وقتاً طويلاً نسبياً في الألعاب الألكترونية ويخرج الى السوق، وتقع عينه على شريط طويل من الصور المتدفقة التي بالتأكيد ستنطبع في ذهنه وتنعكس في سلوكه جزئياً أو كلياً.

ما سبق يلفت الإنتباه إلى الثورة الإعلانية التي قامت على تأثير وسطوة الصورة التي تدفع كثيرين إلى العادات الضارة حسب تصوير رئيس سابق لإتحاد الإعلان في بريطانيا وينستون فليتشر:(لماذا يدخن بعض الناس وهم على علم بأنه مضر بالصحة؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان ولماذا هناك الكثير من الحمقى في شرب البيرة؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان ولماذا هناك الكثير من ذوي الأجسام السمينة والثقيلة الوزن؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان؟ ولماذا يذهب كثير من الناس لإصلاح التسوس في أسنانهم؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان؟ ولماذا ينغّص الأطفال على آبائهم من أجل ألعاب الأعياد؟ إنه لا بد أن يكون الإعلان. ويخلص فليتشر من ذلك للقول:(إن هذه القائمة من التأثيرات الإعلانية في الغالب لا نهاية لها..إن قوة الإعلان تدفع الناس لشراء أشياء ليسوا بحاجة إليها، ولا يريدونها، وفي الغالب مضرّة بالصحة)[1].

[1] عندما تغتال البراءة، الشبكة الاسلامية بتاريخ 2005/09/25 أنظر:

http://www.islamweb.net/ver2/archive/readArt.php?lang=A&id=99197

[1] ايريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى، الجزء الثالث ـ الانهيار، مصدر سابق ص 140

فمنذ الستينات فصاعداً كانت الصورة التي رافقـت النـاس في الغـرب ـ وكـذلك في العـالم الثالث المتحضر على نحو مضطرد ـ منذ الـولادة حتـى اللحـد هـي تلـك التـي تـروّج للاسـتهلاك أو تجـسّده أو التـي تكـرّس نفـسها للتـسلية الجماهيريـة ذات الطـابع التجـاري[2] فـسيطرة النزعـة الإستهلاكية والإتصالات الجماعية على المجتمع يرهن الأفراد للقيام بأدوار قد حـدّدها لهـم غـيرهم، وهذا الشكل الحديث للتبعية[3]فالصورة التي أضحت أيقونات (رموز) لتلك المجتمعـات هـي صـور التسلية الجماعية والاستهلاك الجماعي: رايات وعلب.

ولم يكن من دواعي الدهشة أن تتنازل مدرسة الرسامين الرائدة في الخمسينات، في وطن الديمقراطية الإستهلاكية، أمام صانعي الصور الأقوى كثيراً من الفن ذي الطابع القديم، وهو مـا أدَّى لإطاحة الفنون الفرعبة، أي (اندثار الحداثة)[4].

مداهمة الإغـراء للمجتمـع الاسـتهلاكي،كمقدمة للإسـتحواذ عليـه شـجّعت نظـام الإنتـاج الصناعي على اقتحام، الى جانب الثقافة الجماهيرية، مجال الأعمال الفكرية، صابّاً إهتمامه على ربح الأسواق، مكرهين الثقافة الحقيقيـة عـلى اخـلاء مواقعهـا في سـبيل مـصالح تجاريـة لنظـام الإنتـاج الصناعي[1] فتطوّر تكنولوجيا الإتصال أدى، في نهاية المطاف، إلى موت الثقافة، وجعـل مـن المثقفـين مجرد طبقة كسيحة لا تلوي على قدرة الفكاك من أسر الصورة اليومية التي تـصيغ وعـي الجمهـور العريض.

---

[2] آلان تورين، نقد الحداثة..الحداثة المظفّرة، القسم الأول، ترجمة صيّاح الجهيم، دمشق 1998، مـصدر سـابق ص 192

[3] آلان تورين، نقد الحداثة..الحداثة المظفّرة، القسم الأول، ترجمة صيّاح الجهيم، دمشق 1998، مـصدر سـابق ص 192

[4] ايريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى، الجزء الثالث ـ الانهيار، مصدر سابق ص 140 ـ 141

[1] تويس دولّلو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبـد الـصمد، دمـشق 1993، ص ص 138 ـ 139

تأثير التكنولوجيا الكاسح كان اشتغالاً مرّاً لدى بنجامين في مقالته المنشورة عام 1936 عن (العمل الفني في عصر إمكانية إعادة نسخه التقنية) إن خروج الفن، بحسب بنجامين، من حدوده المؤسسية لم يعد يظهر وحسب، أو حتى بشكل أساسي، مرتبطاً بيوتوبيا إعادة اندماج، ميتافيريقية، أو ثورية، للوجود، بل بالأحرى، مرتبط بحدث التكنولوجيات الحديثة التي تسمح، وحتى تحدد في الواقع، شكل تعميم للعنصر الاسطيطيقي (الجمالي) مع حدث إمكان النسخ التقني، للعمل الفني، لا تفقد فنون الماضي وحدها تلك الهالة التي تحوطها وتعزلها عن باقي الوجود ـ عازلة في اللحظة ذاتها، دائرة التجربة الاسطيطيقية ذاتها، بل تولّد أشكال فن يكون إمكان نسخها مكوِّن لها: مثل السينما والصورة الضوئية، ههنا، ليس وحسب لا تعرف الأعمال الفنية النسخة الأصلية (الأصل) بل يميل الفارق بين المنتجين والمستهلكين الى الامحاء، إن لم يكن الا لأن هذه الفنون تنحل في الإستعمال التقني للآلات، وهكذا تتم تصفية قوله عن العبقرية (وهي في الحقيقة ليست سوى الهالة المرئية من منظور الفنان)..

فكرة بنجامين عن التبدلات الحاسمية للتجربة الاسطيطيقية في عصر إمكان نسخها تمثّل الإنتقال بين الدلالة الخيالية ـ الثورية لموت الفن ودلالته التكنولوجية، التي تنتهي إلى نظرية الثقافة الجماهيرية[2] من وجهة نظر أدغار موران فإن التقدم في الإعلام والمعرفة هو الذي سبّب التقدم في التحريف والجهل، وأن القوى المهددة بالقوة الإعلامية التي تحملها وسائل الإعلام الجماهيرية لم تجد وسائل أخرى سوى استعبادها وتحويلها الى أدوات تضليل. فالصورة الفوتوغرافية، منذ ظهرت، سبّبت تلفيقة "الصورة الروحانية" التي تظهر، فيها أطياف وأشباح.

[2] جياني فاتيمو، نهاية الحداثة..الفلسفات العدميّة والتفسيرية في ثقافة مابعد الحداثة (1987)، ترجمة. فاطمة الجيّوشي، دمشق 1998، ص 63

ويخلص بالقول: أن تقدم الأكذوبة في مجال الإعلام هو الرد على التقدم الإمكاني للحقيقة التي كان يحملها نمو وسائل الإعلام الجماهيرية[1].

وكان رهط من المثقفين الفرنسيين في القرن الماضي، أمثال ميشيل فوكو، انتقد الإفراط في استنزاف حاسة الإبصار بفعل ما أنتجته هذه الحاسة في العالم الحديث، لانه يفضي، في جوهره، إلى إلحاق الضرر بالعقل فقد محقت الصورة سلطة المثقف، بوصفه حارساً تقليدياً على المعرفة وأداة لتغيير الواقع فقد أنزله الإعلام الجماهيري إلى مستوى المتلّقي والمراقب. ويرى فوكو بأن مجتمعنا الحالي ليس هو مجتمع المشهد، لكنه مجتمع المراقبة، فنحن لسنا في قاعة المسرح ولا على خشبته، لكننا موجودون داخل منظومة الرؤية الكلية الخاصة بالمراقبة.

فالمنتحبون على موت الفن، يحمّلون وسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولية موته، حيث يأخذ شكل (انتحار إحتجاجي ضد المبتذل والثقافة الجماهيرية غير النزيهة، وضد إضفاء الصفة الإسطيطيقية على الوجود في مستواه الأكثر تدنياً أو الأضعف).

تاريخياً، بات مألوفاً أن التحوّلات الجوهرية في المجال الإتصالي تفضي الى هزّات ثقافية، بما يجعل العلاقة الجدلية بين وسائل الإتصال ومسار الثقافة صميمية ولكن هذه العلاقة لا تعبّر بالضرورة عن طبيعة توافقية بينهما، من حيث الإرتباط بين التطوّر الإتصالي والمضمون الثقافي، فليس كل تطوّر إتصالي يشي بعمق ثقافي، ذلك أن عصر ثقافة الصورة، في نظر المثقّف، بمثابة جناية كبرى على الثقافة الإنسانية، كونها صادرت مفهوم الثقافة، وأغراضها، وأريد

[1] أدغار موران، مقدّمات للخروج من القرن العشرين، ترجمة أنطون حمصي، دمشق 1993، ص 50

من المثقفين أن يكونوا أزلاماً يعملون لخدمة سدنة الصورة، بما ينذر بموت الثقافة.

لا يكفي تضييق المسافات والأمكنة إتصالياً من أجل تسهيل التداول الثقافي بين الشعوب، ولكن ثمة إشكالية جوهرية تحيق بهذه المهمة، حين تحيل من الثراء الإتصالي الى مصدر تسطيح ثقافي، عبر تشجيع أشكال ثقافية بليدة تخدم مشاريع تجارية معينة، وتحويل الثقافة الى مادة تسلوية وترويحية منفلتة.

إن الطلاق بين العالم التقني والعالم الثقافي يتسبب في، الى جانب كونه أبرز مسببات موت الحداثة، اندثار القضايا الكبرى والقيم الكبرى، التي دافع عنها روّاد الحداثة، فيما أطلقت الصورة العنان لسيادة التقنية.

فالصورة الآن تستغرق الفضاء الثقافي، وتسجّل حضورها في الحقول العلمية والمعرفية والإتصالية قاطبة، فهي في السينما، والتلفزيون، وفي الصحف اليومية والمجلات، وفي الكتب المدرسية، وعلى الجدران والإعلانات التجارية، بحيث أصبحت جزءً من المشهد اليومي. فالصورة وإن حازت قدرة على تفجير ما أسماه الدكتور محمود الذوادي بالشُحن الماردة، تمهيداً لاطلاق حوار ثقافي واسع، الا أنها لا تشي بالضرورة بمنتوجات ثقافية رصينة.

يشرح الناقد الادبي عبد الله الغذامي التحوّلات التاريخية لأدوات التواصل الثقافي، بدءاً من المشافهة، مروراً بالكتابة التي حلّت مكانها، حيث فرضت نسقاً ثقافياً متطوّراً، وفتحت أفق الوظيفة الثقافية من كونها ملكة خاصة بطبقة الحفّاظ الى ملكة مفتوحة على النشاط الذهني عموماً فبعد أن كانت الثقافة الشفهية تقوم على التواصل بين اللسان والأذن، أصبحت الثقافة تقوم على القلم والعين.

نشهد الآن تحوّلاً دراماتيكياً يهدد تراثنا الثقافي والادبي، ويرى الغذامي تحوّلاً في وظيفة النقد الادبي تبعاً للتحوّل الثقافي حيث انتقل الجمهور من ثقافة الأدب إلى الثقافة العامة، أي ثقافة الصورة مثلاً ثقافة الدراما، ثقافة السينما إلى آخر ثقافة متنوعة وهذا التغيّر يقتضي أيضا تغيّراً في الأداة النقدية لكي تواجه هذا التغير الضخم.. فلم يعد الناس يهتمون بقصيدة لأحمد شوقي أو لأدونيس كما يهتمون بأغنية بالفيديو كليب أو بدراما تلفزيونية..ويعلن الغذامي بلهجة لا تخلو من الحسرة على (موت الأدب) مع بداية عصر الصورة مطالباً بمواكبة هذا التغيّر كيما يكون للنقد القدرة على مواكبة هذا المتغير (ولهذا السبب أصبح النقد الثقافي هو الصيغة الملائمة لهذا التغير الثقافي الضخم)[1].

وحول تأثير الصورة وقوتها، يشير الغذامي إلى الحرب العدوانية الإسرائيلية على لبنان في يوليو ـ أغسطس 2006، وقال: (إن الصور التي رأيناها طوال 33 يوماً عبر الفضائيات، أعادت للمواطن العربي والمسلم الضمير المنتصر وهذا ما لم تستطع القصائد الحماسية فعله)، مضيفاً: (في الماضي، خدعتنا الخطابة البلاغية التي انتهت في عهد الصورة... خلال خمس سنوات لم أشهد خطاباً واحداً يخلو من البلاغة الرنانة، إلا خطاب الأمين العام لحزب الله حسن نصرالله، الذي يسير وفق ما تتطلبه المرحلة، التي لا تعتمد إلا على الفعل قبل القول البليغ)، واصفاً إياه بـ (خطاب المرحلة بكل المقاييس العلمية، التي تتماشى وثقافة الصورة، خصوصاً خطابه الأول الذي أعلن فيه عن تدمير البارجة الإسرائيلية)[1].

[1] http://www.elaph.com/ElaphWeb/Interview/2006/4/139475.htm

[1] صحيفة الحياة اللندنية، 21 / 9 / 2006م

مقارنة بسيطة لمحتويات ذاكرتنا بين حروب العرب من 1948 الى 1973 والحروب التي اندلعت في عصر الصورة، بدءً من حرب الخليج الثانية 1991 وحتى حرب تموز 2006، سنجد أن فارقاً هائلاً بين نسبة المعلومات الى كمية الصور، فقد بدا في الحروب التالية تسيّد الصورة لذاكرتنا الجمعية، بما يجعلها مفتاحاً لكمية المعلومات المضغوطة فيها..

إختبار عاجل لقائمة عشوائية من الصور المكتظة في ذاكرتنا تكشف عن درجة الوعي: عاصفة الصحراء، شوارتسكوف، حفر الباطن، الخفجي، محمد الدرّة، شارون، الإنتفاضة، عناقيد الغضب، قانا الأولى، حرب تموز، حسن نصر الله البارجة الحربية الاسرائيلية، قانا الثانية، تسونامي، إعصار كاترينا، برجي التجارة، القاعدة، بن لادن..الخ.

إن أول ما يقفز من هذه القائمة هو سلسلة صورة متراّصة، تحتوي على كميات متفاوتة من المعلومات، فمنسوب الذاكرة الصورية لدينا تكاد تتساوى بما يوحي وكأن المسافة الثقافية بين الأفراد محكومة الى كمية الصورة المحشورة في ذاكرة كلٍّ منا.

لقد امتصّت الصورة الطاقة الإبداعية للغة، فتحوّلت هي ذاتها إلى لغة فبعد أن كان الفنان يستعير بالكلمات المجرّدة من أجل توصيف واقع ما، نجحت اللغة البصرية في اقتحام المجال الابداعي، حيث يتحول الموصوف اللامرئي إلى مادة بصرية قادرة على الإفصاح عن ذاتها بلغة صورية مكتنزة بالدلالات والايحاءات، وأشكال التعبير التي تقتحم المخيال الإنساني وتزخمه بحزمة إشارات بصرية تضاهي بل تتفوق على القدرة الإبداعية والقوة التعبيرية للغة المجرّدة.

فقد بات المثقف مطوّقاً بضراوة الصورة، التي نزعت منه سلطة كان يتمتع بها فيما مضى، على وقع تقهقر متواصل لدور الكلمة المكتوبة، التي يعوّل

عليها في صنع رؤية للعالم وتغييره، فقد خرجت السيطرة من مجالها الثقافي التقليـدي وانتقلـت إلى مراكز جديدة، تضطلع بدور صنع الرؤى والتأثير فيها ممثلة في أبطال الصورة الـذين يتربّعـون عـلى عرش الثقافة الجماهيرية من نجوم الغناء، وأبطال الأفـلام وكـرة القـدم، ومـصممي الأزيـاء..فهـؤلاء يحققون انتشاراً كونياً، ويضخُّون قيماً استهلاكية تغمر الكيانات الثقافية بكـل تجيهزاتهـا الإتـصالية، ووعودها المثالية، وتسلب منها قدرة المجابهة مع مارد الصورة العابر للقارات، فقد سـبقت الـصورة إلى تحقيق فكرة القرية العالمية، وصولاً إلى تفكيك المنظومـات الثقافيـة والقيميـة الـسائدة، فغلبـة الصوت والصورة القـائمين عـلى التقنيـة بمثابـة ضـغط شـديد عـلى الأداة الرئيـسية لتجربـة الثقافـة الرفيعة المستمرة، أي الكلمة المطبوعة، بحسب ايريك هوبزباوم[1].

لم تعد الصورة لحظة زمنية جامدة، ولا حالة ثقافية محايدة، يقـول ريجـس دوبريـه بـأن (المكتوب نقدي أما الصورة فنرجسية).. بيد أن زمن الصورة الخام قد أدبر، وأصـبحنا أمـام اكتظـاظ تأويلي، حيث تفتح آفاق التأمل على وقـع الاشـعاعات الثقافيـة المنبعثـة مـن مـسامات الـصورة، لا بوصفها ذاتاً محنّطة أو تسجيلاً محايداً للحظة زمنية، بـل بكونهـا حافظـة لمعـانٍ مـضغوطة، تنبّـث لحظة بلوغها نقطة المشاهدة، أي أنها تصبح خاماً حين تفقد وظيفتها، باعتبارها مادة للإبصار، فهي عمياء لا ترى لأن غرضها أن تمنح رؤية، وهي تجهل ذاتها ما لم تلق من يكتشفها ليحيلها الى مـصدر معرفي، وهنا تفقد الصورة عذريتها وتزول حياديتها، لأنها تكون خاضعة تحت تأثير المعاني المتعـددة المستخرجة منها، وفق النزوعات الأيديولوجية لقراء الصورة، الـذين يعملـون آلات التأويـل والفهـم واللغة لصوغ مفاعيلها الداخلية، والتي تعبّر عن نفسها في علاقة حوارية تكـون أحيانـاً ذات طبيعـة صامته وأحياناً فاعلة، تترجمها مواقف ومشاعر وربما ألفاظ.

[1] ايريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى، الجزء الثالث ـ الانهيار، مصدر سابق ص 140

تنبّه العالم، مؤخراً، بفعل الإرتدادات الإنقلابية للصورة، الى أن الاخيرة كسرت مفهوم الحيادية، بعد أن كانت تمثّل التجلي الأمثل للحقيقة، فقد بات بإمكان الصورة أن تبطن أيديولوجية صانعها..فصنمية الصور، أنها لاتقول كل الحكاية، على حد عبارة جان بودريار.

وبإمكان الصورة أن تكون غير محايدة بالإحتجاب كلياً أو جزئياً. في بعدها الإعلامي المباشر، بدا واضحاً للمراقبين للتقارير التلفزيونية الأميركية والبريطانية حول المعارك بين إسرائيل وحزب الله في جنوب لبنان منذ نهاية يوليو 1993، أن هناك إنحيازية واضحة للموقف الاسرائيلي، فلم تأت التقارير المصوّرة تلك على ذكر موضوع الإحتلال الاسرائيلي لأراضٍ لبنانية ولا الغارات الجوية الوحشية على الأحياء المدنية وعمليات التهجير الجماعية، والسبب في ذلك أن المالكين متعاطفون مع اسرائيل. وفي مثال شبكة سكاي البريطانية، الذي يمتلك روبروت مردوخ 50 % من أسهمها، ليس باستطاعة أحد أن يقدّم رأياً خارج قناعة الملاّك. وحسب توم بايستو، فإن بإمكان المحررين الحصول على أكبر قدر من الحرية التي يمنحها لهم الملاّك، وأن المحررين الذين يبقون على غير انسجام مع نظرة الملاّك للواقع الدولي لا يعمِّرون طويلاً في مواقعهم[1].

بالتأكيد، فإن سقوط حيادية الصورة، أحالها الى منطقة فراغ تبيح تضارب الرؤية والتحليل، وبذلك تفقد جوهرها ووظيفتها باعتبارها توثيقاً بصرياً للحظة زمنية بشخوصها وأشخاصها، فهي تفقدنا قيمة الشهادة التي تعكسها الصورة، وتجيز للكلمات إستباحة سيادتها الكاملة عبر إقحامها في أتون الخداع، بعد أن كنا نعتقد بأن الصورة ستكون مصدر الخلاص من شقاء الكتابة الخادعة. فقد تخلق صورتان من زاويتين مختلفتين لمشهد واحد إنطباعين

[1] Tom Baistow (1985), FOURTHRATE ESTATE, Comedia Publishing Group, pp.1-3

متباينين وربما متناقضين ومن وحي تجربة شخصية، وجدت نفسي أمام خدعة بصرية مثيرة للدهشة، فبعد أن كنت شاهداً على مجاميع من المؤيدين لتيار سياسي في لبنان وهم يدلفون نحو ساحة الشهداء وسط العاصمة بيروت، وإذا بي أشاهد على شاشة التلفزيون صورة أمامية لمظاهرة حاشدة في بيروت توحي وكأن عدد المشاركين قد ناهز المليون، فيما كشفت صور أخرى من زوايا علوية أن الحشد ضئيل الشأن بالقياس الى (الواقع المصوّر).

ما يشي به هذا الموقف المخادع، أن الصورة تمارس فن صنع واقع آخر غير الواقع الفعلي، وذلك يشل ملكة الرؤية للعين في الكشف عن الحقيقة، فالصورة تصنع حقيقة مضادة أحياناً، بما يحيل إلى خطر آخر يمكن تفسيره على هذا النحو: أن اجتياح الصورة عطّل غريزية البحث عنها، فحضورها الكثيف واللحظوي أسبغ عليها مشروعية واقعية، إذ لم يعد هناك رغبة التحرر منها، فقد تدجّنت الحاسة البصرية بفعل تمكيث الصورة، في سياق عملية تعليب للوعي عبر حزمة إملاءات غير مباشرة تفرضها الأجواء النفسية للصورة، فهي تصنع مناخاً قهرياً لصنع القرارات وتشكيل العواطف، وصوغ الافكار، وتحقق ذلك تحت وطأة إدمانها، دون إحساس منا بالعدوان أو الإنتهاك لحقنا في الإعتقاد الحر.

فالإنبهار الفائض للصورة يخدعنا فنقابله بالسماح بتسلله الى المخبوء في لاوعينا لجهة إحداث تعديل في منظوماتنا الفكرية، ليخرج وعينا على هيئة الصورة الإفتراضية بل والوهمية للواقع.

نستحضر هنا مثالاً موارباً: في السابع عشر من أكتوبر 2006، بثّ أحد المواقع على شبكة الإنترنت صورة مفبركة منسوبة إلى شركة ليجو (LEGO) المتخصصة في ألعاب الأطفال في أرجاء عديدة من العالم عبر البريد الالكتروني. هذه الصورة التي نجح برنامج الفوتوشوب في تخليقها عبر استعمال مكوّنات الشركة المذكورة، تصوّر النبي محمد (ﷺ) في وضع ذي طبيعة جنسية، مشتملاً

على نص هجومي، الأمر الذي اضطر الشركة لإصدار بيان عاجل تكذّب فيه الإعلان، وتستنكر الطريقة التي اتّبعتها الجهة مجهولة الهوية باستعمال منتجات ليجو وإسمها. وقامت الشركة بالتعاون مع الشرطة الدنماركية بالتحقيق في هذا الأمر. ترويج مثل هذه الصورة في سياق المشاعر الدينية المتفجّرة لدى المسلمين عقب انتشار رسوم الكاريكتير في الصحف الدنماركية حول نبي الإسلام المصطفى (ﷺ) يجعل من تمرير مثل هذه الصورة المفبركة أمراً ممكناً، إذ سيكون عبورها إلى الذاكرة الصوّرية الجماعية التي تشكّلت في أتون أزمة الكاريكاتير الدنماركي مشروعاً وسهلاً، ولا يحتاج انتشارها أكثر من شخص واحد يقوم بتمريرها عبر قوائم العناوين الالكترونية (الايميل) إلى مجموعة من المصابين بعدوى الجمهور، لتتكفل الهلوسة الجماعية بإضفاء طابع الصدقية والإنتشار لكي يكون الزيف حقيقة دامغة.

وفي الربع الاول من العام 2004 تفجّرت قصة اغتصاب في السعودية وزادها رواجاً وإثارة انبثاث لقطة مصوّرة على جهاز موبايل لعملية الإغتصاب على شبكة الإنترنت، عرفت بإسم (عملية الباندا) نسبة الى نوع جهاز الموبايل، وقد أحصى أستاذ في العلوم الاجتماعية بجامعة الملك سعود بالرياض دخول 500 ألف شخص على الموقع الذي حوى اللقطة المصوّرة خلال نصف ساعة بغرض المشاهدة.

المشاركون في المواقع الحوارية يفضّلون أن يرفقوا (صورة) إلى مشاركاتهم الحوارية كعنصر إثارة وجذب للقراء ما يثير الإشمئزاز أحياناً لجوء الفرقاء السياسيين إلى التلفزيون من أجل العبث بوعي الجمهور، بحيث أصبحت الصورة سلاحاً بيد أولئك الذين يراهنون على إبطال مفعول المناعة الأخلاقية والنفسية والفكرية لدى الجمهور عبر تزويدهم بصور ذات طبيعة تحريضية.

يحلل غوستاف لوبون الخصائص العامة للجماهير، في سياق العدوى التي تنتشر فيها، يقـول مانصه: فالحدث الأكثر بساطة يتحول إلى حدث آخر مشوّه بمجرد أن يراه الجمهـور. فـالجمهور يفكـر عن طريق الصور، والصورة المتشكّلة في ذهنة تثير بدورها سلسلة من الصور الأخـرى بـدون أي علاقـة منطقية مع الأولى. ويمكننا أن نتصور بسهولة هذه الحالة عن طريق التفكير بالتتـابع الغريـب للأفكـار التي يقودنا إليه تذكّر حدث معين. والعقل يبين لنا عدم تماسك مثل هـذه الـصور، ولكـن الجمهـور لا يرى ذلك. فالواقع إنه يخلط بين التضخيم الذي يلحقه بالحدث وبين الحدث ذاته. وبما أنـه غـير قـادر على التمييز بين الذاتي والموضوعي فإنه يعتبر الصورة الماثلة في خياله بمثابة الواقعيـة والحقيقيـة، هـذا على الرغم من أنها ذات علاقة بعيدة جداً مع الواقعة المرئية[1].

ولنا تخيّـل كيـف سـتكون عليـه ردود الفعـل حـين يـستعين الـصوت بالـصورة كي ينـسي المستمعين تشوّهاته، بل والكلمات الهابطة التي تخرج منه.. فقد لجأ كثير من المغنين الى ما يعـرف بـ (فيديو كليب) ليضع الصورة بشكلها الافتضاحي ممثلاً شرعياً للصوت، ويجعل منها تظهيراً جمالياً لرمزية الكلمة الخاوية[2] في حقيقة الأمر، أن الصورة باتـت تـستعمل كـرداء نـستر بـه قـبح الكلمـة والمعنى، حيث تنحل الصورة صفة الصانع الحقيقي للمخيال الفنـي والمعـرفي للكلمـة التـي انحـسر ظلها، ليس بسبب موت صانعها، ولكن بـسبب احتـشاد منتحليهـا وخاطفيهـا مـا أدى الى انخفـاض منسوب الوعي بها.

ما سلف يدعو للزعم بأن الاحتراف البشري في مجـال الـصورة مـزّق غـشاء البراءة عنها، فلم يعد فعل الخيانة مقتصراً عـلى اللغـة (المكتوبـة والملفوظـة)، بـل

[1] غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة وتقديم هاشم صالح، دار الساقي ـ لندن، 1991، ص 67

[2] شريف حمود، الفيديو كليب.. ديكتاتورية الصورة تغتال النغم، بتاريخ 2003/2/4، أنظر
http://www.islamonline.net/arabic/arts/2003/02/article02.shtml

تمدَّد الى جسد الصورة، الذي أريد منه الخضوع لقوانين لعبة التحايل والخداع البصري، ولـك تخيّـل كيف يخون البصر البصر، بما يفقد الأخير حق المشاهدة الحرّة، فلا يعود المـرئي مرئيـاً مجـرّداً، وإنمـا يصبح شكلاً مواربـاً للمرئي، لأن الغرض منه يتجاوز حدود اللقطة بمكوّناتهـا، لجهـة الاسـتدراج نحـو التفكير في المراد رؤيته والذي يعوّل عليه في تشكيل خطـاب مبنـي مـن عنـاصر الـصورة المفروضـة، وهنا يبدأ فعل الخيانة للحقيقة، بدءً من تهـديم بنيـة الـصورة ذاتهـا، الى صـوغها في كلـمات تـشبه ترجمة من لغة الى أخرى، فتمارس فعل خيانة أخرى، عبر تفويض قارىء ما، يفقـد بالـضرورة صـفة الأمانة على الحقيقة المصوّرة، بتقديم قراءة مبتورة مجتزأة، مـضلّلة، لا تنتمـي الى المجـال الـسيادي للصورة، ليجعل من قرائته نصاً رسمياً لها، كما يفعـل مراسـلو الفـضائيات وهـم ينقلـون تقـاريرهم المصوّرة.

إن أولئك الذين قرروا اغتصاب الوعي، قد جمعوا أمرهم سلفاً على تظهير الخداع اللغوي على هيئة صورة ملتبسة، كيما تسهّل غرز الرواية الملغومة في المخيال الجمعي، عبر تقديم تفسيرات بطبيعة غوائية مستندة الى شريط صوري انتقائي، يحيـل مـن المعتـدي مظلومـاً، والـضحية إرهابيـاً، هكذا هي حال قنوات فضائية أوروبية وأميركية وهي تنقل صور النضال الفلسطيني ضـد العـدوان الاسرائيلي، وصور المقاومة العراقيـة ضـد الاحـتلال الامـيركي، وصـور الجهـاد الافغـاني ضـد الاحـتلال الناتوي ويذكّرنا هذا المحفل الغوائي بحرب تموز/يوليو 2006، حيث كانت الصورة الثابتة والمتحرّكـة الناقل الرسمي لمجريات الحرب والفاعل الأساسي في إدارة دفة الوعي والعاطفة، وقد لحظنا كيـف أراد الاسرائيلي طمس معالم الجريمة بحق المدنيين في لبنان عن طريق حجب الصورة ولو بالقوة، كما جـرى في معتقل الخيام الذي قامت الطائرات الاسرائيلية بتدميره بـصورة كاملـة، فـيما أوحـت للعـالم الغـربي بأنها تقوم بحرب النيابـة عـن حـضارتها ضـد التطـرف والتخلـف، ولا ترعـوي عـن تزويـد الفـضائيات

الغربية بصور عن صواريخ حزب اللـه وهي تتساقط بالقرب من منـشآت مدنيـة ليحمّـل منـدوب اسرائيل في الأمم المتحدة حزب اللـه مسؤولية المجـازر المتنقّلـة، فـيما ينقـل مراسـلون غربيـون في لبنان ومن الضاحية الجنوبية للعاصمة بيروت صورة العداء للغرب وللولايات المتحدة كـما تعكـسها شعارات كتبت أو علّقت على بعض الأبنية المدمّرة بالصواريخ الاسرائيلية، الأميركية الصنع، (صـنع في الولايات المتحدة).. هنا يكون الشعار تصديقاً للصورة المفخخة بالرواية المعدّة سلفاً، لتكـون شـاهداً حيّاً مصوّراً بعد حكايتها..

يلفتنا ذلك الى ما أورده تقرير التنمية الانسانية العربيـة للعـام 2003 حـين أكّـد عـلى أن الثقافة العربية تواجه تحديات واضحة من جانب ركنين من أركـان الثقافـة العالميـة الراهنـة، هـما سطوة وسائل الاتصال الجماهيري، وهيمنة القدرة الاقتصادية[1] وهـذا يلمـح الى هـاجس التجـانس الثقافي مع صانع الصورة الأقوى، الذي يخلق عالماً موحداً يحمل السمات الثقافية لصورة الغرب.

الجمهور المتلفز وتفسيخ الوعي

مع انطلاق الثورة الاتصالية في الستينيات من القـرن المـاضي، تـصدّر التلفزيـون الوسـائل الإعلامية الأخرى من حيث حجم انتشاره وتأثيره الشديد عـلى الـشعب الامـيركي حتـى أطلـق عليـه (شعب الشاشة)، فيما أسبغت على التلفزيون نعوت عدة منها (الـصندوق الأحمـق ـ Idiot Box) أو المربية الالكترونية (Electronic Babysitter)[1] فقد نقل التلفزيون الصورة المتحرّكة وجعلهـا بحـسب ايريك هوبزباوم، من خصائص الحياة العائلية[2].

[1] http://www.un.org/arabic/esa/rbas/ahdr2003/contents.htm

[1] ديفيد. إس برودر، وراء الصفحة الاولى.. نظرة صريحة على صناعة الخبر، مركز الكتب الأردني ـ 1990 ص 14

[2] ايريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى..وجيز القرن العشرين 1914 ـ 1991، الجزء الثالث ـ مصدر سـابق ص 127

وهذا ما صدّقته انتخابات عام 1968 حيث لعبت الصورة التلفزيونية الدور الأكبر في إبراز شخصية المرشح المفضّل للرئاسة الأميركية، ما جعل التلفزيون هو الناخب الفعلي في الانتخابات الرئاسية الاميركية، وبحسب فرانك شكسبير، المدير التنفيذي لشبكة سي بي إس الاميركية، والمستشار التلفزيوني للرئيس الأسبق نيكسون (لولا التلفزيون لما كانت هناك فرصة لفوز نيكسون..)[3] وفي انتخابات الرئاسة الاميركية التي جرت في نوفمبر 1992 بين المرشحين الثلاثة للرئاسة وهم جورج بوش ـ الرئيس آنذاك ـ وبيل كلينتون حاكم ولاية أركانسو، والملياردير روس بيرو، شكى الجمهوريون بأن وسائل الإعلام الأميركية ساهمت الى حد كبير في فوز كلينتون بالرئاسة، فيما حجبت الأضواء عن مرشحهم بوش بل وصوّرته كرئيس فاشل وانتهازي.

ولذلك، كلما كان حضور التلفزيون في الحملات الانتخابية كثيفاً كلما كانت الحملات تلك مهيمنة على الوعي الوطني، بما يجعل التلفزيون المحرّك الخفي لاتجاهات الناخبين فالصور المتلفزة تترك سحرها على المشاهدن وتلعب دوراً في تشكيل الوعي، فالتلفزيون (ورث ما هو إيجابي في الصحافة أي النص وقدرته الإتصالية، وجمع إليه مزايا الإذاعة، أي حيوية الصوت البشري ودراميته، واستعار من السينما الصورة والحركة، كما استفاد من الخبرة المسرحية في قوة الحضور وحيوية الحوار ليهضم تلك المعطيات المتنوعة ويمتلك لغة تعبيرية خاصة به)[1].

لقد أصبحت الصورة وسيلة لاجتياح الوعي بصورة مباغتة، والتلفزيون الذي يمثل (غرفة عمليات مشتركة) يجمع بين الصورة والكلمة والصوت علاوة

[3] See: The Time, December 20, 1968

[1] د. وديع العزعزي، القنوات الفضائية في عصر العولمة، وزارة الثقافة والسياحة 2004، صنعاء، المقدمة ـ ص 3

على ذلك، فهو الوسيلة الوحيدة التي تأتي إليك، ولم يخفف الإنترنت من سطوة الحضور اليومي للتلفزيون، الذي بات رفيقاً دائماً فيما العلاقة مع باقي الوسائل الاخرى مؤقتة ومحدودة ، ولذلك فإن التلفزيون، كوعاء لصورة متحركة، يعدّ سلاح حرب الإتصال الفاعل، والمشاهدون أسرى في معسكره.

أمثلة عديدة يمكن رصدها في هذا الصدد:

فقد ترك التلفزيون أثراً بالغاً خلال حرب فيتنام، حين نشطت جماعات الضغط لوضع حد للتورط الاميركي في فيتنام العام 1973، باعتباره **غير** مستند على دعم شعبي، ودخل التلفزيون من خلال البث المنتظم لأهوال حرب فيتنام في تحويل الرأي العام الأميركي ضد الحرب[2]**.**

وفي غزو جزيرة غرينادا سنة 1983، ألقى الرئيس الاميركي رونالد ريغان خطاباً تلفزيونياً للشعب الأميركي حول غزو الجزيرة، استملك بواسطته وعي المشاعدين ولعب بعواطفهم، وقال (إن جرينادا هذه الجزيرة البديعة التي كانت فردوس السيّاح قد تحوّلت الى قاعدة السوفييت والكوبيين) وبهذا الخطاب التلفزيوني، قلب ريغان الرأي العام الأميركي ونجح في تضليله واكتساب تأييده، حيث أظهرت استطلاعات الرأي أن نسبة 65 بالمئة من الشعب الأميركي كانت مع قرار غزو الجزيرة.

ـ أُجري عدد من التحاليل على أثر الصوت القادم من التلفزيون خلال الحملة الإنتخابية سنة 1972، فأظهرت النتائج أن ما علق بذاكرة المشاهدين من الأنباء المصوّرة كانت الصور لا التعليقات، وكانت نسبة الأخيرة لا تزيد عن 20 بالمئة. ويقول الصحافي الاميركي ديفيد برودر (هناك عدد من دارسي الاعلام والاتصال، مثل لورنس ليشتي، من جامعة ميرلاند، ممن يجادلون بأن تأثير

[2] ديفيد. إس برودر، وراء الصفحة الاولى.. نظرة صريحة على صناعة الخبر، مصدر سابق، ص 190

التلفزيون مبالغ فيه، وهم يقولون بأن ثلثي الاميركيين البالغون يقـرأون الـصحيفة كـل يـوم، ولكـن الذين لا يشاهدون أخبار التلفزيون يومياً لا تزيد نسبتهم على الثلث، ولكنني كشخص يظهر أسـمه في صحيفة كبيرة كل يوم تقريباً، ويظهر في التلفزيون أحيانـاً، فـإنني أعـرف مالـذي يتـذكره النـاس، ويؤلمني أن أعترف بأن أوستن راني مؤلف كتاب (قنوات السلطة) كان محقاً عندما أورد في كتابه بأن (نشرات الأخبار التلفزيونية والبرامج العامة في التلفزيون تشكل ولا ريب المصادر الرئيسية للحقيقة السياسية بالنسبة لغالبية الأميركيين)[1].

إنطلاقاً من العام 1980 أصبحت سي إن ان أول محطة أخبارية في العالم تبـث عـلى مـدار أربع وعشرين ساعة تتربع على عرش صناعة الصورة.

وقد وصفت بأنها (صانعة قرية مارشال ماكلوهـان العالميـة)، وكانـت اللاعـب الفاعـل في حرب الخليج الثانية، حتى قيل عنها بأنها (بطلة حرب الخليج بلا منازع) بعـد أن سـيطرت صـورتها على الرأي العام وبدأت تهيمن على وعي العـالم. وفي العـام 1986 بـدأت شـبكة سي إن إن الدوليـة بالبث مـن أوروبـا، وكانـت تلـتقط في 140 بلـداً و70 منطقـة في العـالم، وأصـبحت في العـام 1990 تستقبل في ألف فندق في أنحاء العالم، إضافة الى مئات المكاتـب الحكوميـة وخاصـة وزارات الاعـلام ورئاسات مجلـس الـوزراء في دول العـالم الثالـث، كـما أضـافت بعـض شركـات الخطـوط القنـاة الى خدماتها للمسافرين.

في مثال سي إن إن نجد أن الاعلام الاميركي يستبدل الأيديولوجيا الحاضرة بكثافة في الإعلام السوفييتي السابق بالتكنولوجيا، التي تحوّلت بذاتها إلى أيديولوجيـة بديلـة، تـترك آثارهـا في الـرأي العام بصورة مؤثرة وفاعلة، ولذلك أصبح الاعلام الاميركي مبشّراً في أكبر إرسالية تطـوف العـالم بإسـم الراسمالية الغربية مـن وجهـة نظـر ميـشيل ديفـر نائـب رئـيس مـوظفي البيـت الأبـيض في ولايـة

[1] Ronald Berman (1987), How Television Sets Its Audience, Sage, p.55

رونالد ريجان الأولى (1980 ـ1984) التي ذكرها للصحافي روبرت شير من صحيفة لوس أنجليس تايمز سنة 1984: إن كل عملنا أصبح يتأثر الآن بشبكات التلفزيون..

حيث أن مائة مليون شخص في هذه البلاد يحصلون على أخبارهم منها ولهذا فإن الأخبار المصوّرة مهمة جداً..إن هذه الاخبار لها نفس الأهمية التي لأقوالنا.. وبحسب إحصائيات صادرة سنة 1992 قدّرت الجمهور اليومي للتلفزيون الأميركي بما يربو عن مليار شخص بعد افتتاحها محطات تقوية في عدد من بلدان العالم بما في ذلك الشرق الاوسط.

إدغار موران وصف ثقافة التلفزيون بثقافة الجمهرة بفعل غسيل الدماغ الجمعي الذي تقوم به مسلسلات وبرامج التلفزيون الفضائي الأميركي، لصنع ثقافة الخضوع التي تتطّبع على قيم المالك الأصلي للصورة.

يقول جياني فاتيمو (من السهل علينا بيان أن تاريخ فن التصوير، أو أفضل من ذلك، الفنون البصرية، كما تاريخ الشعر في العقود الأخيرة لا معنى لها الا بربطها بعالم صور وسائل الإعلام الجماهيرية أو بلغتها، المقصود، مرة أخرى، علاقات يمكن أن تكون بشكل عام مصنّفة تحت المقولة الهيدجرية الإبلال: علاقات تهكمية ـ أيقونية تضاعف وتلغي أساس صور الثقافة المجمهرة وكلماتها وليس وحسب بمعنى نفي لهذه الثقافة)[1].

لقد أحبط البث التلفزيوني الفضائي مبررات الإستمرار في الجدل العقيم حول تأثيرات التلفزيون على وعي الجمهور وسلوكه، فقد تكشّف منذ التسعينيات أن التلفزيون يرسم 70 بالمئة من صورة العالم في ذهن المشاهد، وفي ظل ثورة الإتصالات المتفاعلة يتوّقع ارتفاع النسبة الى 90 بالمئة. وسعت الولايات المتحدة الى فرض هيمنتها على أسواق التلفزيون، لترسيخ نمط حياة شبابها عبر

[1] جياني فاتيمو، نهاية الحداثة، مصدر سابق ص 67

الإسطوانات والأشرطة ولاحقاً عبر التوزيع العالمي للصور الى جانب وسائل أخرى[1]، وهذا يلمح الى فناء السيادات الثقافية لدول، فلم تعد للأخيرة قدرة على ضبط حركة تدفق المعلومات والصور الى داخل حدودها، فكل شيء بات قريباً وسهل التناول والتداول. فقد استطاع التلفزيون، مثالاً، جعل ماهو بعيد في الزمان والمكان قريباً ومتزامناً، بحسب جان كازينوف[2].

يوجد في الولايات المتحدة اليوم أكثر من 170 شركة تلفزيونية تبيع أفلاماً للعرض لأكثر من 130 بلداً تقدر بـ (250) ألف ساعة وأن شركة واحدة مثل (وكالة فيزنيوز) للأنباء المصوّرة البالغ عدد أعضائها حوالي 200 محطة تلفزيونية من 120 بلداً تملك شبكة واسعة من المراسلين وتوزع ما مقداره 30 فيلماً أخبارياً في اليوم الواحد، وبعد بيعها الى وكالة رويترز في العام 1992 حيث أصبح إسمها منذ العام 1993 رويترز تيليفيجن، تضاعف عدد القنوات المشتركة في خدمات الوكالة خمس مرات.

في السياق نفسه، يمكن إضافة أن وزارة الدفاع الامريكية تمتلك 24 مليون من أصل 30 مليون ميل من نظام الإتصالات الامريكي، وللقوات البحرية وحدها علاقة منتظمة مع 600 محطة تلفزيونية و5000 محطة إذاعية في شتى أرجاء العالم وعشرات المحطات التلفزيونية في أميركا وتصدر ما يقرب من 1000 جريدة و400 مجلة و12 مليون نشرة مختلفة في أنحاء العالم[1].

وتدرك وزارة الدفاع الامريكية تأثير الصورة في صنع اتجاهات معارضة لسياستها في العالم. ففي عملية ما سمي بـ (إعادة الأمل) في الصومال في ديسمبر

[1] ايريك هوبزباوم، عصر النهايات القصوى وجيز القرن العشرين (1914 ـ1991)، ترجمة هشام الدجاني، دمشق، 1997، الجزء الثاني ـ العصر الذهبي، ص ص 127 ـ128

[2] آلان تورين، نقد الحداثة..الحداثة المظفّرة، مصدر سابق ص 233

[1] هـ شيلر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة الكويت، 1986، ص 65 وأنظر أيضاً:

J.William Fulbright (1970), The Pentagon Propaganda Machine, New York, p.46ff

1992، منع البنتاجون الصحافيين كافة من الوصول إلى مسرح العمليات دون تنسيق مع مكتب الإعلام في البنتاغون.

وقد عبّرت وزارة الدفاع الأميركية عن احتجاجها في الثامن من ديسمبر 1992 على تغطية وسائل الإعلام مباشرة لوصول طلائع رجال البحرية الأميركية إلى الصومال مؤكّدة أن استخدام الأضواء الكاشفة للتلفزيون كان يمكن أن يعرض حياة الجنود للخطر دون طائل. وقال المتحدث بإسم البنتاغون بيت وليامز أن (الرجال مدّربون على العمل ليلاً، ومزوّدون بأجهزة للرؤية الليلية.

وقد فوجئوا كي لا نقول أكثر بأضواء فلاشات آلات التصوير وبالإضاءة) وفي تعليق للكولونيل ديف بوريي المسؤول في مكتب إعلام البنتاغون أن عدداً كبيراً من المشاهدين وبينهم أفراد من عائلات الجنود إتصلوا بمكتبه بعد أن شاهدوا صور الإنزال مباشرة ليعبروا عن سخطهم وغضبهم، وأضاف (لقد اعتبروا ـ التغطية الصحافية ـ خطراً محتملاً على أقربائهم).

ثقافة الصورة والبعد الاجتماعي/الاخلاقي

يمكن تحديد التأثيرات المفترضة لثقافة الصورة على السلوك البشري استناداً الى خلاصة ما توصلت اليه دراسات أكاديمية حول الاتصال الجماهيري:

1 ـ **المؤالفة** Socialization: حيث يسهم الاعلام المرئي في احتواء الفرد داخل إطار إجتماعي محدد، ويفرض عليه بمرور الوقت الاستجابة لمتطلباته.

2 ـ **السيطرة الاجتماعية** Social Control: ويلعب الإعلام بطريقة ما في إعادة إنتاج للنظام الاجتماعي القائم، عن طريق إثارة احتجاجات مستمرة تجاه النظر للأشياء كما هي، وينسحب ذلك على السلوك القانوني، والنظرة السياسية.

3 ـ **إعداد الأجندة** Agenda Setting: وهو هدف غير مباشر، مبني على فكرة أن الإعلام عموماً والمرئي منه خصوصاً يحدد النظرات حيال الحوادث والموضوعات التي تستحق الإهتمام.

4 ـ **المخاوف الأخلاقية** Moral Panics: وهي تأثيرات نابعة من كون الإعلام ممثلاً لجماعة فرعية أو ثقافة فرعية بوصفها خطرة أو شاذة.

5 ـ **التبدّل السلوكي** Changing Attitude: ويحدث هذا التبدل كنتيجة مباشرة للتعبئة الفاضحة والاهتيالية Traumatic Exposure أو كنتيجة للتناوب الناجح Successful Alteration بطريقة تدفع الناس للتفكير في موضوعات محددة لتهيئتهم للتصرف بحسب أفكارهم ونظراتهم الجديدة.

في منتصف فبراير 1993 تعرّض المجتمع البريطاني لصدمة عنيفة على وقع جريمة أقدم عليها طفلان في سن العاشرة بقتل الطفل جيمس بولجر في إحدى ضواحي ليفربول وألقيا بجثته قرب سكة القطار. وقد لعبت الصورة في تحريك المشاعر الوطنية، ما دفع برئيس الوزراء السابق جون ميجور إلى توجيه انتقادات شديدة اللهجة الى منتجات هوليوود، وقال بأن للتفزيون تأثيراً خطيراً على ارتفاع معدل الجريمة، حيث أظهرت إحصائية في بداية التسعينيات أن

الطفل البريطاني يشاهد 18 ألف جريمة قتل سنوياً على شاشة التلفزيون. ولم تفلح النقاشات في دوائر عليا للحكومة من وقف تدفق صور العنف، فامتثلوا لقانون المنتجين في هوليوود القائل: إننا نلبي رغبة الجمهور!

وكان تقرير صادر سنة 1984 ذكر (أن التعرّض المستمر للعنف المتلفز واحد من الأسباب والدوافع للتصرفات العنفية، كالجريمة، والتشابكات بين أفراد المجتمع). وذكرت صحيفة التايمز اللندنية (أن الطفل الملازم للتلفزيون يشاهد على الشاشة قبل بلوغ سن الرابعة عشر ما لايقل عن اغتيال 18 ألف شخص).

وفي عام 1991 نشر ستانلي روثمن وروبرت وليندا نتائج مشروع رصد لستمائة برنامج تلفزيوني عرف بإسم (مراقبة أميركا) جاء فيه أن (السهرة التلفزيونية الواحدة تحتوي على نحو 12 جريمة قتل و15 عملية سطو و20 عملية اغتصاب وقرصنة، بالاضافة الى عدد آخر كبير من جرائم العنف المختلفة). وفي دراسة أعدّتها مؤسسة عائلة قيصر العام 2003 وجدت بأن 47 بالمئة من العوائل بأطفال بين 4 ـ 6 سنوات أفادو بأن أبناءهم قلّدوا السلوكيات العدوانية على التلفزيون، بالرغم من أن 87 بالمئة من الاطفال قد يقلّدون سلوكيات إيجابية أيضاً، بحسب ما يشاهدوه على الشاشة[1].

وذكر البروفسور جيفري جونسون من جامعة كولومبيا في العام 2002 بأن واحداً من ثلاثة أطفال يشاهدون التلفزيون من ساعة الى ثلاث ساعات يومياً حين تصل أعمارهم ما بين 14 ـ 16 عاماً، قد يكون 60 بالمئة منهم مرشّحين للتورط في شجارات وتصرفات عدائية أكثر من نظرائهم الذين يشاهدون التلفزيون بنسبة أقل.

---

[1] Research on the Effects of Media Violence; see: http://www.media-awareness.ca/english/issues/violence/effects_media_violence.cfm

تقارير أميركية ذكرت بأن مع بلوغ سن 18، فإن الطفل الأميركي يكون قد شاهد نحو 200 ألف عمل عنفي في التلفزيون وحده. ومع تخرّج الطفل الاميركي من المرحلة الابتدائية يكون قد شاهد أكثر من 8 آلاف جريمة وأكثر من 100 ألف عملاً منافياً للقيم[1].

وعلى امتداد عشرين عاماً، راقب خلالها الخبيران رويل هوسمن وليونارد ايرون من جامعة الينوي الاميركية، سلوك 400 طفل، وكانت النتيجة أن العينة التي كانت تداوم على مشاهدة برامج التلفزيون بكثافة وهي في سن مبكرة، كانت أكثر قابلية لارتكاب جرائم مختلفة ويشمل ذلك الجنسين معاً.

هناك 3 الى 5 أعمال عنف تبث على التلفزيون في الساعة في الاوقات الرئيسية وأن عنف الإعلام يؤثر على الاطفال من خلال: زيادة النزعة العدائية والسلوك الاجتماعي السلبي. وتزداد المخاوف من أن يصبح هؤلاء ضحايا، فيما يصبح الإعلام أقل حساسية تجاه العنف وضحايا العنف، وتزيد من شهيتهم لمزيد من العنف في مجال التسلية والحياة الحقيقية[2].

يحاول صانعو الصورة المتحرّكة نفي الاتهامات القائلة بأن منتجاتهم تشجّع على العنف، فيما يقدّم آخرون أدلة مستفيضة على أن من يتأثر بالاعلانات التجارية ويقوم بشراء بعض المواد الاستهلاكية التي جرى الترويج لها عبر الشاشة، لا بد أن يتأثر أيضاً بصور العنف التي تنتجها صناعة الصورة.

---

[1] Brad J. Bushman and Craig A. Anderson, Media Violence and The American Public, American Psychologist, June/July 2001, p.478

[2] See: "Media Violence," AAP Committee on Communications, in Pediatrics, Vol. 95, No. 6, June 1995.

"Suggestions for Parents: Children Can Unlearn Violence," in the Center for Media and Values (now the Center for Media Literacy) Media and Values, No. 62, 1993, "Media and Violence: Part One: Making the Connections

وقد لخّص أحد الاطباء النفسانيين في الولايات المتحدة تأثير التلفزيون على الجمهور، بما نصه (إذا كان السجن هو كلية لدراسة الإجرام، فإن التلفزيون هو المدرسة الإعدادية للانحراف). وجاء هذا التصريح في ظل شعور كثير من العوائل بأن التلفزيون يلعب دوراً تخريبياً للقيم التقليدية كالزواج والأمومة والعائلة. ففي استطلاع عبر الولايات المتحدة عام 1990، أظهر أن 72 بالمئة من مشاهدي التلفزيون يحبّذون استصدار قانون لمنع السخرية والهزء من المعتقدات الدينية و46 بالمئة لمنع تحقير القيم التقليدية كالزواج والأمومة.

وفي عام 1991، أفاد استطلاع أجرته مؤسسة غالوب بأن 58 بالمئة من مشاهدي التلفزيون يشعرون بالإهانة بسبب نوعية البرامج في ساعات العرض الرئيسية، ولم يقل سوى 3 بالمئة أن التلفزيون ينقل أو يعكس قيماً مقبولة[1].

تحوّلت الصورة المتحرّكة الى قناة معرفية مهيمنة، ومصدر ثقافي يومي يفوق بمرات مصادر ثقافية أخرى. ففي بريطانيا، مارست الصورة المتلفزة دور المدمّرة لشعبية الكتاب وقيمة الكلمة المكتوبة، بحيث أصبح الناس يقرأون ويتكلمون أقل من عهد ما قبل انفجار الصورة. لقد تحقق ما أثار مخاوف المهتمين بمسقبل المعرفة، ففي بداية التسعينيات لحظت كارل فرانسيس حالة المسافرين من مطار هيراكليون فركريت حين تأخّرت الرحلة الى اليوم التالي حيث أمضت وقتها في القراءة مع رفيقتها، فيما كان باقي المسافرين يراقبون الطائرات أو يظهرون الملل، وكان الحل هو مشاهدة التلفزيون[2].

---

[1] هربرت أ. شيلر، المتلاعبون بالعقول، مصدر سابق، ص 211

[2] Daily Telegraph, 12 August 1993, by Graham Lord

السينما وتوهيم الوعي

أضحت السينما أداة لإخضاع الفرد، وتفكيك الاسرة[1] ولعبت شركات السينما دوراً خطيراً في تخريب القيم والعبث بالمبادىء الاخلاقية فالسينما سواء رغبنا أم كرهنا هي القوة التي تصوغ أكثر من أية قوة أخرى الآراء والأذواق والزي والسلوك بل المظهر المدني لجمهور يضم نحو نصف سكان الأرض نشير هنا الى أن نسبة الفيلم الأميركي في قائمة الافلام المعروضة في صالات السينما في العواصم والمدن الرئيسية في العالم تصل الى 85 بالمئة بالقياس الى الافلام المحلية والاجنبية الاخرى.

وبرغم انكشاف العالم بفعل هيمنة الصورة، الا أن المجتمع لم يتحرر من صنع الوهم، على هيئة أغراض حيّة، بل أن المناخ الإتصالي الثري هو ذاته عنصر تحريض على التواطىء مع الوهم الذي بات جزءً جوهرياً من مكوّنات وعينا، وغدا ضرورياً لاستدامة الوعي، وهو ما تتكفل به مؤسسات كبرى ثقافية وسياسية وإتصالية تحقق ضمانات الإستقرار عن طريق صنع الواقع الغائب ـ الوهم..

وتوظّف السينما في النظام الرأسمالي لتسدل قناعاً على تناقضاته من خلال ما تثيره في أذهان الشعب ـ الذين ينتمي غالبيتهم الى ذوي الدخول المتدنية والمتوسطة ـ من قصص خيالية وأحلام تعوّضهم عن قصور إمكانياتهم المادية.

إننا أمام شكل من أشكال القرصنة الثقافية، التي تعيد تشكيل الوعي الفردي والجمعي تحت تأثير اجتياحات الصورة المنتجة بوحي ملاّك الإتصال الذين يصونون مصالحهم عبر تحويل الجمهور الى مدمني الصورة، بكل المواد المدسوسة فيها، ثم يسلمونهم إلى رجال السياسة كيما يحقنونهم بمواقف تخدم أجندة معدّة سلفاً فالسينما تكون للطبقة الحاكمة بمثابة الضمان للإستقرار

[1] آلان تورين، نقد الحداثة..الحداثة المظفّرة ـ مصدر سابق، ص 188

عن طريق ما تهيئّه للحكومات من قوة في التأثير على جماهيرها، يخبر عن ذلك سلسلة طويلة من الأفلام السينمائية التي تقدّم كمادة توجيه في حروب الولايات المتحدة مع خصومها حول العالم.

سئل الممثل تشيفي تشيس عن العلاقة بين هوليوود وواشنطن، فأخرج حفنة عن الدولارات من جيبه..فهوليوود التي تملك مصالح مالية هائلة تشكل (لوبي) صناعي مثل غيره من اللوبيات الصناعية، لكنها تتميز عنها بأنها تتحكم بالإعلام المرئي والمسموع الذي يعطيها نفوذاً إعلامياً لا مثيل له. وحين تقوم الشركات الهوليوودية الكبرى بتقديم تبرعات الحملات السياسيين فإنها تنتظر من هؤلاء في المقابل أن يراعوا مصالحها حين يصدرون التشريعات والقوانين).

في عقد التسعينات جاء من يصف هوليوود بآلة شر لتدمير القيم والتقاليد والثقافة في المجتمع الأميركي، فقد أثار كتاب (هوليوود ضد أميركا..الثقافة الشعبية والحرب على القيم التقليدية) لمؤلفه مايكل ميدفد زوبعة قاسية في أوساط عمالقة التجارة السينمائية في هوليوود وقد تعرّض ميدفيد الى سياسة هيوليوود وشركات الانتاج السينمائي العملاقة التي تقدّم حسب المؤلف، صورة مشوّهة وغير واقعية للمجتمع الاميركي. وحاول استباق أي تهمة توجّه له جرّاء تصنيفه كتاب كهذا، وقال في بداية كتابه حين قال إنهم أي صنّاع السينما، يصنّفون من يجرأ بالسؤال عن صدمة التسلية، التي تقدّمها هوليوود في أفلامها، بأنه ينتمي الى الجناح اليميني المتطرف أو أن يكون متديناً متعصباً[1].

ثمة قانون قديم في مجال الإنتاج السينمائي صدر سنة 1930 ينص على أنه (لن يتم إنتاج صورة، في حال كونها ستعمل على الهبوط بالمستويات

---

(1) Michael Medved (1992), Hollywood Vs America..Popular Culture and the War on Traditional Values, HarperCollins p.3

الأخلاقية لمن يراها)، ولكن هذا التقليد لم يعد سارياً، بل لم يعـد مقبـولاً في أوسـاط صـنّاع الـصورة، الذين قادوا سفينة الليبراليه.

تأثير هوليوود على الوعي الفردي والجمعي يمكن قياسـه في ضـوء خلاصـة تحليـل قدّمـه ميدفيد بما نصه (إن الثقافة الشعبية في الولايات المتحدة ليست مثرية لحياة المواطن الأميركي، وهـو تصوير لطبيعة الانتاج السينمائي الذي تقدّمة هوليوود).

ويصوّر المخرج الـسينمائي الامـيركي آلان بـاكولا مخـرج فـيلم (كـل رجـال الـرئيس) هـذه التغذية المدسوسة من خلال ظاهرة سينما العنف بالقول: (العنف في السينما يشبه أكل الملح كلـما أكلت أكثر، كلما طلبت كمية زائـدة لتـشعر بـالطعم، فالنـاس أصـبحت متـسامحة حيـال المـؤثرات الخطرة خصوصاً أن عدد القتلى على الشاشة تـضاعف أربـع مـرات وقـوة الإنفجـارات باتـت تـصمُّ الآذان مع ذلك ترى الجمهور وقد تأقلم وخـضع واستـسلم بعـد مـا تطـوّر لديـه ظـمأ لا يـروى الا بالإثارة المجرّدة).

حدث تطوّر دراماتيكي في طبيعة صور العنف منذ عقـد الخمـسينيات وحتـى الآن، ففـي عام 1964 أصيب الجالسون في صالة عرض فيلم (الـسطو الكبـير عـلى القتـال) بالـذعر فـيما هـرب البعض منهم خارج الصالة، حين وجّـه البطـل مـسدسه نحـوهم، ولكـن في أفـلام الثمانينـات باتـت لقطات القتل والدم عنصر جذب ضروري، ففي فيلم (داي هارد2) بلغ عدد القـتلى 264 قتـيلاً، وفي (رامبو3) 106 قتيلاً.

وفي تقرير ميداني للناقد السينمائي فينست كانبي سنة 1990 لإحصاء كميات الدم المهرقة في السينما، حيث حمل حاسوباً الكترونيا صغيراً وانطلـق في جولـة عـلى صـالات عـرض الأفـلام الـسينمائية، لإحـصاء عـدد القـتلى

على الشاشات، وحين انتهى من جولته أجرى مقارنة بين أفلام الأمس وأفلام اليوم وأوجه الشبه بينها، فلاحظ كانبي أن فيلم (ديك ترايسي) المفروض فيه أنه موجّه للجمهور العام بحيث يشمل الأطفال، هو إعادة إنتاج لفيلم (الأمنية الكبيرة) الذي عرض العام 1975، ولكن يفوق فيه عدد القتلى أمثالهم في الفيلم الأصلى، وخلص الى (أن أفلام اليوم أكثر دموية من أفلام الأمس وعدد القتلى على الشاشة في ارتفاع يوازي ارتفاع مستوى التضخم الاقتصادي)، واستنكر الطريقة المثيرة التي تتبعها السينما الجديدة في تحويل القتل (الى ملهاة مضحكة، والحياة الى قيمة تافهة يلقي بها الأقوى في القمامة، ويمضى محشواً بالسخرية والنشوة، لأن غاية انجازاتك أن تقتل أولئك الأشرار بأي صورة وكيفما كان وبالقدر الذي يريحك).

صورة الاسلام وإعادة تنميط الوعي

الهيمنة الغربية على وسائل الإتصال المرئي أطلقت شرارة الحرب الباردة الثانية، حين عقد خبراء ومتخصصون من دول حلف شمال الأطلسي في فبراير العام 1992 مؤتمراً في مدينة ميونيخ الألمانية، لمناقشة السياسة الأمنية لحلف شمال الأطلسي، وكانت كلمات المشاركين تتجه في مسارها العام نحو وضع (الأصولية الاسلامية) خصماً بديلاً عن الشيوعية.

وقد نبّه المفكر الفلسطيني الراحل إدوارد سعيد في كتابه (الثقافة والامبريالية) الى أن إصرار الإعلام الغربي على الإشارة للمسملين بالأصولية وما شابهها، يقصد منه تشويه صورتهم، لارتباط الأصولية بالإرهاب في العقل الغربي.

في بداية الحملة الاعلامية على الاسلام، نتذكر ما قامت به مجلة (نيويوركر) في منتصف عام 1993 حين رسمت على غلافها الخارجي صورة العربي المتوحش في هيئة طفل يقفز على بيوت لأطفال بنيت من الرمل على

ساحل البحر لتدميرها، أو صورة فيلم علاء الدين الذي أنتجته شركة والت ديزني وعرضته السينما الاميركية والاوروبية عام 1993 ويصوّر فيه العرب والمسلمين بالقساة، والحفاة يعيشون خارج الحضارة.

يذكر إدوارد سعيد بأن شركة إديسون المتحدة بنيويورك (شركة كون إيد) حين أرادت أن تقنع الأميركيين بضرورة توفير مصادر بديلة للطاقة، أذاعت إعلاناً تلفزيونياً مثيراً في صيف 1980، يتضمن لقطات متحركة قديمة لبعض الشخصيات المعروفة في منظمة البلدان المصدرة للنفط (أوبك) ـ مثل الدكتور أحمد زكي يماني، والعقيد معمر القذافي، وبعض الشخصيات العربية التي تلبس الزي العربي، وإن تكن أقل شهرة ـ ويمزج بينها، بالتناوب، وبين بعض اللقطات الثابتة الأخرى، إلى جانب لقطات لشخصيات أخرى ارتبطت أسماؤها بالنفط والإسلام مثل الخميني، وعرفات، وحافظ الأسد. ولم يشر الإعلان إلى أي من هذه الشخصيات بأسمائها، ولكن المذيع قال بصوت المنذر المحذّر إن "هؤلاء الرجال" يتحكمون في مصادر النفط الأميركية. ويعلق سعيد (وكان يكفي أن يظهر هؤلاء الرجال على النحو الذي ظهروا به في الصحف والتلفزيون حتى يعتري الأميركيين مزيج من مشاعر الغضب والاستياء والخوف)[1].

وفي ندوة دولية حول الصورة العربية في وسائل الاعلام الغربية في الفترة ما بين 22 ـ 24 سبتمبر 1993، بدا أن ثمة معادلة إستعمارية ثاوية في تلك الصورة، فقد تحوّلت الكرنفالية الصورية في عاصفة الصحراء عام 1991 الى مواجهة حضارية بين الغرب والشرق، وهكذا نظر إليها الغربيون، ومن تلك العاصفة تمخّض النظام العالمي الجديد بقيادة الولايات المتحدة.

[1] إدوارد سعيد، تغطية الاسلام، ترجمة:د.محمد عناني، القاهرة 2005 ص ص 68 ـ 69

وفجأة، وجد الإسلام نفسه قريناً للإرهـاب، والتخلـف، والإنقـلاب والتوتاليتاريـة، وطبـائع العصور الوسطى، وعلى وجه السرعة تم استبدال الخطـر الأحمـر بـالخطر الأخـضر، وشـعار المنجـل والمطرقة تعبيراً عن الكره والعداء والمواجهة بين الغرب الرأسمالي والـشرق الـشيوعي، ليحـل مكانـه الهلال والشرق الإسلامي[1].

وقد رصد الدكتور جيمس زغبي رئيس المعهد العـربي الامـيركي في وشـانطن عـدة مقـالات وكاريكاتيرات حول حـادث تفجـير مركـز التجـارة الـدولي في نيويـورك في فبرايـر 1993، جمعهـا مـن مجلات مثل (نيو ريببلك) وصحف مثل (واشنطن بوست) و(نيويورك بوست)، وتوصّـل مـن خـلال قراءتها الى أفكار مشتركة، من بينهـا أن الاتهامـات الـواردة في مثـل هـذه المقـالات (لا تقتـصر عـلى معاملة المتّهمين وكأنهم مذنبون أصلاً، بل إن هذا التجريم يمتد ليشمل الحركة التي ينتمون والدين الذين يعتنقون).

وربما كان الخبير الفرنسي في الشؤون الاسلامية جيل كبيل أقدر على تفسير هذه الظـاهرة بقوله (خلال مواجهة العالم الغربي للشيوعية، كان الهجوم يطال الحكومات ويتفـادى الهجـوم عـلى الشعوب، أما فيما يرتبط بالإسلام، فإن الهجوم موجّه للدين الذي تؤمن به الجماهير)[2].

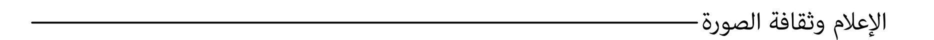
فقد تحوّل العداء للإسلام جزءً من ثقافة الصورة في الغرب في الوقت الراهن، حيـث تتنكـب الكراهية من الكلمة الى الصورة دون تغيير في حدّتها، فصورة العربي والمسلم المقترنة بمفهوم (الأصـولي) شحنت بأقصى طاقة عدائية، ولذلك نجد أن مـن يتكفّـل بنقـل صـورة الاسـلام للأميركيـين والاوروبيـين بصورة عامـة هـي شـبكات التلفزيـون والـرادو والـصحف والمجـلات والـسينما، فـيما تـشكل الـصورة

[1] محمود اللبدي، الشرق الاوسط بتاريخ 1993/8/5

[2] صحيفة لوموند بتاريخ 1993/2/16

التلفزيونية أكثر واقعية من الواقع نفسه حسب قول الفيلسوف الفرنسي جان بودريار.

بكلمات أخرى، كان الـرأي العـام الغـربي بحاجـة الى صـورة تكـسو الفكـرة النمطيـة عـن الإسلام، كما غرستها وسائل الاتصال الجماهيرية في الغرب، فالصورة تتيح رؤية الإسلام واقعاً مجسّداً، ولكنها رؤية مستمدة من صور يخيّل للغربي أنها هي الواقع الفعـلي للإسـلام، ولـذلك يبقـى الأخـير ضلالاً، ولا عقلانياً، وإرهاباً، لا يفرّق فيه بين المعتدل والمتطرف، فالكل سواء في الصورة النمطية عـن الاسلام. لا غرابة، حين يحجب صانع الـصورة في الغـرب وجـه الـضحية حـين يكـون عربيـاً ومـسلماً، ويشعل ضوءً كثيفاً على الضحيّة الافتراضية، جندياً، أو جاسوساً، أو مهرّباً قدم من خلـف المحيطـات البعيدة.



الفصل الخامس

العلاقة بين البرامج الثقافية والمشاهد

البرامج الثقافية في الخطط البرامجية التلفزيونية

تضع جميع القنوات الفضائية العربية ضمن خططها البرامجية حيزاً للبرامج الثقافية ولكنها متباينة بين فضائية وأخرى، فبعض الفضائيات لا تهتم كثيراً بذلك، بينما نجد الأخرى تضع نسباً محددة للبرامج الثقافية المتخصصة إضافة إلى البرامج العامة التي تحوي مضموناً ثقافياً.

لقد أهتم البحث في دراسة هذا الجانب وحدد نسبة البرامج الثقافية ضمن البرنامج العام وأجرى الأستبيانات بما يخدم معرفة ذلك، وكذلك من خلال اللقاءات مع مسؤولي البرامج الثقافية والمتابعة لما يعرض في القنوات الفضائية من برامج ثقافية كما خلصت العديد من الدراسات إلى أن الغالبية العظمى من القنوات الفضائية تقدم برامج ثقافية عامة بالإضافة إلى تقديم برامج قليلة لها طابع ثقافي بحت موجه إلى النخبة أو الصفوة المثقفة أو لجميع المشاهدين، وكان لهذه البرامج التي تقدم مضامين تراعي التقاليد الجمالية حصة في الخطط البرامجية ولكنها ضئيلة جداً.

ولكن هنالك في الجانب الآخر العديد من القنوات الفضائية العربية ومن خلال المتابعة، نجدها تهتم بالجوانب الترفيهية فقط، وليس لديها أية برامج ثقافية متخصصة بل أن بعضها تتعمد الأبتعاد عن نشر الثقافة الجادة، وتغالي ببرامج سطحية وقد توقف البحث عند بعضها.

تحاول القنوات الفضائية العربية أن تضع أهدافاً عامة مشتركة لبرامجها العامة والثقافية، فهي تسعى لربط المواطنين العرب بالإعلام والثقافة العربية التي تنبع من واقعهم وتعبر عن وجدانهم وتراعى القيم والأخلاق الأصيلة، مما يشدهم لبعضهم البعض، وخصوصاً أن العديد بل الملايين من المهاجرين العرب وجدوا ضالتهم بالقنوات الفضائية وأصبح بأمكانهم أن يتابعوا

الثقافة والشؤون العامة في بلدانهم وهي ميزة لم تتوفر إلا في العقود الأخيرة، مما يساعدهم اليوم على ربطهم وتواصلهم مع بلدانهم وثقافتهم الأم من خلال البرامج الثقافية والبرامج العامة.

وقد راعى معدوا ومنسقوا البرامج التلفزيونية في بعض القنوات الفضائية العربية أهمية البرامج الثقافية وأعطوها حقها من ساعات بث مناسبة قياساً مع البرامج الأخرى، لكن للأسف أن قنوات أخرى لم تراعي ذلك.

ومع تكاثر القنوات الفضائية العربية ظهرت الحاجة إلى التنسيق بين هذه القنوات سواء في النواحي التكنولوجية أو في الجوانب البرنامجية وبالذات الثقافية منها، وطرح مشروع دراسة إمكانية إنشاء قناة فضائية ثقافية عربية في أجتماع اللجنة الدائمة للإعلام العربي بالجامعة العربية المنعقد في بيروت نهاية آب 1997م، ومن ضمن توصيات هذا الاجتماع التي تخص البرامج الثقافية والثقافة، الشروع في تنفيذ آليات التنسيق التي نص عليها دليل التنسيق بين القنوات الفضائية العربية، وإعداد دراسة حول التشريعات الدولية والقومية المتعلقة بحقوق التأليف وأنعكاساتها على العمل الإذاعي والتلفزيوني، كما أوصى الإجتماع القنوات الفضائية العربية بالتعامل مع الأدباء والكتاب العرب ونقل الفعاليات الثقافية إلى الشاشة مع السعي إلى تشجيع المواهب الواعدة في مجال الكتابة التلفزيونية، كما وجهت الدعوة إلى الجهات المنتجة بمن فيها القنوات الفضائية العربية إلى إنتاج المزيد من الأعمال ومن الأعمال الوثائقية المهمة.[1]

لكن للأسف أن الواقع وحتى الدراسات أثبتت أن الأهتمام بالبرامج الثقافية ليس بالمستوى المطلوب ففي أحدى الدراسات التي تناولت ثماني قنوات

---

[1] د. أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية الفضائيات، رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط1، ص153

عربية، (كعينة ممثلة للقنوات الفضائية العربية، وبأستخدام أداتين منهجيتين هما أداة تحليل المضمون وأداة تحليل الأسلوب، خلصت الدراسة إلى مجموعة من الحقائق التي تكشف عن أداء هذه القنوات في علاقتها بالثقافة العربية و أكدت أنها تركز على وظيفة الترفيه على حساب وظيفة نقل الواقع وفهمه وتحليله ونقده.

العلاقة بين البرامج الثقافية والمشاهد

من الطبيعي أن نجد أختلافاً بين المشاهدين ومدى متابعتهم للبرامج الثقافية، ولأسباب عديدة ذكرنا قسماً منها في مكان آخر من البحث، ويمكن القول أن الحالة الأقتصادية والأجتماعية والمستوى الثقافي والعلمي للفرد هي التي تحدد تلك العلاقة وتؤشر إلى مدى التجاوب والمتابعة ومن ثم الأستفادة والتفاعل والتأثير على السلوك والتعامل للمتلقي.

لذا وضعت الدراسة في بالها هذا الجانب وحددت العديد من المحاور والأسئلة التي توضح عملياً طبيعة هذه العلاقة، فالتلفزيون هو المشاهدة وهو الكلمة، وهو التسلية، وهو التعليم والثقافة وهو الإبداع.

كما يجب أن نؤكد أن للتلفزيون مجموعة من القيم تتمثل في القيم الفنية والجمالية والنفسية والاجتماعية والحضارية والسياسية، فالتكنولوجيا المتطورة والأجهزة الحديثة والمؤثرات الصوتية وغيرها من التقنيات الحديثة والتي تسهل وتجذب المشاهدين من كل الأصناف والفئات والأعمار، كما أن الإبداع الفني واللغة المتميزة والمعبرة التي يقدمها المبدعون، والتي تعتمد على الدراسة والموهبة والخبرة والقدرة التخيلية المتميزة، وأختيار اللقطات التي تحدث التفاعل والإعجاب بين البرامج الثقافية وجمهور المشاهدين، وهذا بالتأكيد له تأثيره النفسي على المتلقين، وللتلفزيون قيم حضارية تهم الجميع لما له من قدرات

تسهل الاتصالات ومعرفة الشعوب ببعضها البعض وبالتالي نقل خبراتها وثقافاتها، وللبرامج الثقافية دور كبير في هذا الشأن، حيث الثقافة العربية أصبحت اليوم عالمية التداول بفضل البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العالمية كما هنالك قيما سياسية واجتماعية مهمة يقدمها التلفزيون ضمن قوالب تلفزيونية متعددة .

يتطرق البحث أيضا إلى دراسة جمهور المتلقين للبرامج الثقافية وطبيعة الجمهور وخصائصه ووضعه الاجتماعي ومستواه التعليمي وقدراته الاقتصادية، ومدى متابعته للبرامج الثقافية، وأسباب متابعته أو عدم متابعته لها، وأفضل أوقات المشاهدة وما هي الموضوعات التي يهتم بها ويفضلها، وغيرها من الأسئلة التي يمكنها أن تعطينا صورة شاملة عن هذه العلاقة.

لربما الحديث عن البرامج الثقافية في الخطط البرامجية التلفزيونية وعن العلاقة بين البرامج الثقافية والمتلقين يقودنا إلى التطرق إلى نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)، والتي تتطلب دراسة وتحليل العملية الإعلامية ومعرفة سياسة الاتصال المتبعة في القنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمضمون البرامج، وتحليل محتوى هذه البرامج الثقافية وتحديد الأفكار والقيم الأكثر شيوعا وتداولاً وتكراراً ، ومعرفة مدى الإسهام في تكوين المشاهدين وغرس تصورات وقيم لديهم، وعملية الغرس تتعلق بتعريف الثقافة، فإذا كانت الثقافة حسب تعريف تايلور هي (كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك)، فأنه يمكن تعريف الغرس على أنه (زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرات لدى من يتعرض لها وخاصة وسائل الإعلام) والغرس حالة خاصة من عملية أوسع هي التنشئة الاجتماعية على أساس أنه

بقدر ما يشترك الناس في شبكة الثقافة، فأنهم يتحدون معاً على أساس من الوعي الجماعي)[1] .

وتقوم نظرية الغرس الثقافي على خمسة فروض رئيسية هي:[2]

- أن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتمادا على مصادر غير شخصية للخبرة، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي تعادل تكوّن الوعي المشترك أصبحت منتجاً تقدمه وسائل الإعلام.
- أن التلفزيون يختلف عن أية وسيلة أخرى وأنه مقارنة بهذه الوسائل الأخرى ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، أن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكلٍ غير واعٍ.
- ويدور حول التعرض التراكمي للتلفزيون، حيث أن خلق وجهات نظر وغرس معتقدات لدى آخرين يرجع إلى التعرض التراكمي الثابت والمتكرر لعالم التلفزيون.
- يرتبط بتماثل وسائل التلفزيون حيث، يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد معه المشاهدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يصور بها من خلال التلفزيون.
- يؤكد وجود ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي، بحيث تتشابه إدراكات كثيفي المشاهدة، ويظهرون أحياناً إدراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطها بالواقع الموضوعي.

ولهذه النظرية العديد من الآراء والدراسات المهمة والتي تم سردها فى الفصل الثانى (الأصول النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام).

---

[1] Phillip Lee. Communication For All, New York, Orbis Books, n.d.p.3.

[2] أميرة سمير طه، دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة، 2001م، ص7.

الاعلام المرئي والعنف

للتلفزيون ميزة خاصة كونه الوسيلة التي تعتمد الطبيعة التلازمية لثنائية الصوت والصورة في نقل المضمون الاعلامي وله بذلك تأثير مزدوج على المتلقي الأول هو تأثير الصورة على نفسيته بشكل مباشر ولا تؤثر على عقله وأصبحت هي التي تشكل (الاتجاهات وتصوغ القيم وتوجه السلوك لملايين المشاهدين)[1] .

والثاني هو تأثير الكلمة التي يمكن أن تفعل فعلها المؤثر على المتلقي إن هي استخدمت بالطريقة الصحيحة والمؤثرة ، وعليه فأن للصورة التلفزيونية أثراً كبيراً على المتلقي من حيث الفهم والاستيعاب ، فهو لا يحتاج الى عناء وجهد وتحليل ليفهم ما يريد أن تقوله الصورة، فالتلفزيون هو وسيلة (انصاف المتعلمين لفهم ما يدور حولهم وبناء معارفهم الموجودة أساسياتها لديهم)[2]، فالصورة التلفزيونية تساعد المتلقي في الاحتفاظ بالمعلومات الواردة في المضمون التلفزيوني بصورة مباشرة أو غير مباشرة حسب فهم المتلقي ودرجة استيعابه وهذا الاحتفاظ يكون أبقى أثراً وأقل احتمالاً للنسيان خاصة على المدى الطويل وقد أثبت التلفزيون نجاحه كوسيلة اعلامية يفهمها المتلقي وتؤثر فيه ويتأثر فيها (فمن المعروف انه كلما زاد التأثير على حواس المتلقين كلما زاد نجاح الوسيلة في تحقيق أهدافها)[3] .

---

[1] Andeson . D.R. Chidren and Television across National comparison , Academy of political and social sciencel 1998 . P 17

[2] السيد بهنسي حسن / استخدام نموذج الاهتمام ودوافع المشاهدة في اتخاذ القرارات الخاصة بتقييم موضوعات برامج الأطفال في التلفزيون المصري / مؤتمر الطفل المصري بين الخطر والأمان / جامعة عين شمس / 1995 ص 22 .

[3] د حسن السوداني / أثر العرض البصري القائم على خصائص الصورة التعليمية التلفزيونية في عملية التعرف لدى طلبة كلية الفنون الجميلة / رسالة دكتوراه غير منشورة – جامعة بغداد 1996 ص 11 .

أن دور التلفزيون يزداد أهمية في حياة الناس كل يوم ، فهو يهدم الفواصل بين الحقيقة والوهم وهو يتمتع بتقنيات اغراء ووصول الى المتلقي لا يقاوم ، ولطالما أشير الى أن وسائل الاعلام وفي مقدمتها التلفزيون تساعد على ترسيخ نظام من الأوليات في مجتمع ما حول مشاكله وأهدافه . وهي في سعيها الى تحقيق ذلك ، تعمل على أن تسجل الماضي وتعكس رؤية الحاضر فحسب (وانما هي قد تؤثر على المستقبل أيضاً)[1]

(ويعتبر التلفزيون الوسيلة الجماهيرية الأهم والأقوى والأكثر تأثيراً في جمهور المشاهدين ، فهو ينقل أفكاراً ومواقف ونماذج للتصرف ، كما أن له تأثيراً جذرياً على طرق(تفكيرنا واحساسنا وتصرفاتنا)[2].

وتاكيدآ على ذلك ما توصل اليه برنامج (حوار العرب) الذي عرضته الفضائيه العربيه حيث خصص البرنامج حلقته ليوم 8/5/2008 لمناقشه موضوع الإعلام والإرهاب بمشاركه متخصصين يعملون في مراكز الدراسات والبحوث في كل من القاهرة وعمان وواشنطن وشارك فيه ايضآ مجموعه من اساتذه وطلبه عدد من جامعات القاهرة. و بعد مناقشات دارت على مدار ساعه كامله وتركزت حول المؤسسات الاعلاميه ومسؤليه العاملين فيها والقائمين عليها في ما يتعلق بالترويج للارهاب او الحد منها اجرى البرنامج استفتاءا للطلبه المشاركين فيه و على الهواء مباشرة و نشرت تفاصيله على (العربيه.نت) تناول الاجابه على اسئله ثلاثه، وقد أكدت اجابات معظم ألمبحوثين (48%) على أن ألتلفزيون هو ألوسيلة ألأعلامية الأكثر نشرآ للدعاية ألأرهابية.

---

[1] المجلس القومي للطفولة والامومة واتحاد الاذاعة والتلفزيون / استطلاع رأي الأطفال في برامجهم الاذاعية والتلفزيونية من خلال المناقشة الجماعية / القاهرة – المجلس القومي للطفولة والامومة 1994 ص 14 .

[2] فرنسيس بال /مدخل الى وسائل ألأعلام ـ ترجمة عادل برواري ـ ألمنظمة ألعربية للتربية وألثقافة وألعلوم /تونس 1996ص7.

وعلّيه فان علـماء الاتـصال (هارولـد إنـس و مارشـال مـاك لوهـان و جـور . ج . جرنـر) يبشرون بقدوم مجتمع يخضع لسيطرة وسائل الاتـصال بـشكل كامـل مـن حيـث تأثيرهـا العميـق والطويل الأمد على طرق التلقي والقيم وسلوكيات الأفراد.

أن تأثير وسائل الاتصال ومنها التلفزيون ، مشروط بالدرجة الأولى بردة فعل المتلقي التي هي (مرتبطة بثقافة وسطه الاجتماعي أو طائفته)[1]، وبسبب كـون التلفزيـون وسـيلة اتـصالية لهـا تأثير مباشر وغير مباشر على جمهور المتلقين فأن هناك علاقة بين كثرة المـشاهدة وقابليـة ممارسـة العنف خاصة لدى فئتي الأطفال والمراهقين الذين يحملون اسـتعدادات نفـسية ومجتمعيـة ، وقـد لخص (هانت) الرئيس السابق للجنـة الاتـصالية الفيدراليـة الامريكيـة هـذه النظـرة الى التلفزيـون حيث ذكر في دراسة حديثة له (انه ليس هناك جدل حول عنف وسائل الاعلام وهذا ما أكدته أكثر من ثلاثمائة دراسة أجريـت قبـل العـام 1971 حيـث قالـت انـه توجـد علاقـة قويـة بـين مـشاهدة التلفزيون والسلوك العدواني)[2].

أن المضمون التلفزيوني قادر على أن يستخدم الـصوت والـصورة بطريقـة فعّالـة وفريـدة عبر الخطاب المباشر الذي يجد فيه المشاهدون أنفسهم وجهاً لوجه مع من يتحـدث الـيهم مبـاشرة من على الشاشة ويملكون أيضاً اتصالاً بصرياً وهمياً بالمتحدث .

وانطلاقاً من موضوعة التأثير الذي يحدثـه التلفزيـون عـلى المـشاهدين فأن العنف الذي نشهده في التلفزيون انما يرتبط بالعنف في المجتمـع ولا يمكـن أن نضع ظـاهرة استـشراء العنـف في أكـثر مـن بقعـة في العـالم عـلى (شـماعة)

[1] دنيس ماكويل / الاتصالات الجماهيرية والمجتمع – نفوذ الاعلام وتأثيراته / ترجمة د . أسعد أبو لبـدة دار البـشير بيروت 1976 ص 46 .

[2] جون كورنر / التلفزيون والمجتمع / ترجمة د أديب خضور – دمشق 1999 ص 17 وص 27 .

التلفزيون فقط اذ أن التلفزيون لا يمكن أن يكون المـؤثر لوحـده في انتـشار ظـاهرة العنـف ، وانمـا هناك أمور تساعد في ذلك منها : الأمية . البطالة . التطرف الديني . الصراع الـسياسي ، وعليـه (فـأن العنف على الشاشة الصغيرة ليس مدخلاً أكيداً الى تكوين العنف والانحراف عند الأطفال والـشباب ، انه يصبح كذلك اذا اجتمعـت اليـه عنـاصر أخـرى مـن اشـكال العنـف في المجتمـع وفي التكـوين النفسي والجسدي مثل العوز وانخفـاض معـدلات الـذكاء عنـد الفـرد الميـل الـداخلي المـوروث الى العنف والأجواء العائلية والاجتماعية) [1].

أن ايجاد الاثارة وتوليدها يعتبران مـن أهـم الوظـائف الاتـصالية المهمـة التـي يـضطلع بهـا التلفزيون ، وقد سار التلفزيون على هذا المنوال منذ بدايته وحتى الآن ، وبطبيعة انتقائية حيـث يـتم انتقاء ما سيتم تقديمه على الشاشة واتخاذ قرارات توجيهية بخصوص كيفية تـصويره ومـن ثـم اتخـاذ قرارات تحريرية لاحقة متعلقة بكيفية تنظيمه وترتيبه و(جرعات) الاثارة التي (تُصَّبُ) فيه .

وهذا يوضح جزءاً من مقدرة التلفزيون على أن (يصدم) المتلقين الذين قد يعرفون مـسبقاً أشياء عن الظروف والاحداث التي تم تصويرها (ولكن لم يطلعـوا عليهـا بـصرياً وتفـصيلياً) [2]، وبهـذا أصبح التلفزيون في مناطق كثيرة من العالم الوسـيلة الاتـصالية المهيمنـة التـي يـستخدمها المـشاهدون بشكل روتيني كمصدر رئيس وموثوق للحصول على المعلومـات وانطلاقـاً مـن افتراضـية أن التلفزيـون يمارس تأثيراً هاماً على تشكيل وتحديد موقف الجمهور وسلوكه فأن من هذه المواقف والسلوكيات مـا يتعلق بالتحريض على أعمال العنف ، أو على تقليد ما تمت مشاهدته على شاشة التلفزيون .

---

[1] John Ryan . Willam M. Wena worth media and social : the production of culture in the maddmedia .Boston . 1999 P.50

[2] ادوارد واكين / مقدمة في وسائل الاتصال – ترجمة وديع فلسطين / القاهرة 1988ص 103

هذا التقليد الذي يعني في علم النفس التربوي (اكتساب السلوك والتصرف من خلال تقليد نموذج مثالي ، انساني أو غير انساني يعجب به المتلقي وخاصة الطفل فيسير على منواله) [1].

وقد ورد في دراسة احصائية أمريكية جرت في بداية التسعينيات أن خمسة عشر فيلماً بوليسياً عرضها التلفزيون اشتملت على اربعمائة وست جرائم وحشية (وهناك حقيقة مفادها أن التلفزيون يعرض من الجرائم ما يعادل عشرين مرة بقدر الجرائم التي تحدث في الحياة الاعتيادية) [2] ولكن هل أن التلفزيون يعمل على نشر الارهاب ؟ وهل هناك علاقة سبب ونتيجة بين التغطية الاعلامية التي يقوم التلفزيون والارهاب ؟ من الرافضين لفكرة الربط بين التلفزيون والارهاب هو (روبرت جي . بيكارد) من جامعة ميسوري الأمريكية الذي يقول في دراسة له اتهامات خطيرة يدعمها علم مريب) (انه ليس هناك دليل علمي كاف يثبت أن التغطية الاعلامية التي يقوم بها التلفزيون تحفز بالفعل على الارهاب) [3].

وقد بات من العسير تحديد الأعمال التي توصف بأنها ارهابية والتي لا يمكن أن تثار حولها ضجة اعلامية ، وهذا قد يثبت أن الارهاب لا يمكن أن يترعرع دونما رعاية أو دعاية ، حيث أن تمجيد النشاطات الارهابية عن طريق توفير تغطية شاملة لها (تعرض الحدث الارهابي كشيء يغري الآخرين على تقليده)[4].

(1) نزها الخوري / أثر التلفزيون في تربية المراهقين / دار الفكر اللبناني بيروت 1997 ص 203.

(2) دوريس ايه جريبر / سلطة وسائل الاعلام في السياسة / ترجمة أسعد أبو لبدة دار البشير بيروت 2002 ص 410 .

(3) روبرت . جي . بيكارد / اتهامات خطيرة يدعمها علم مريب – التغطية الاخبارية كناقل للارهاب / ترجمة أسعد أبو لبدة / بيروت دار البشير /1996 ص6 .

(4) هيموليت اوينهام فانس / دراسة تجريبية عن آثار التلفزيون / نيويورك 1988 ص 132 .

أن اقتطاع التلفزيون مساحة زمنية من فترات بثه لكي يعرض الارهـابين ومـا يقومـون بـه وتوفيره التغطية الاعلامية اللازمة لهم يحمّله قدراً من المـسؤولية لوجـود (عَـرَض) المقلـد للارهـاب خاصة بين الشباب ومن ذلك أيضاً قيـام التلفزيـون بعـرض حـوادث اختطـاف الطـائرات ومحـاصرة السفارات والتي (شكلت أدلة على مساعدة التلفزيون في نشر أنماط من النشاط الارهابي)[1].

كما أن أن التغطية الشاملة وغير المتوازنة في الطرح لأي حدث ارهابي انما يشجع على تكـوين جماعات ارهابية جديدة تحاول من جهتها أيضاً الاستفادة من التغطية المجانية التي يقوم بها التلفزيـون للنشاطات الارهابية لكي تكون هذه الجماعات في واجهة الأحداث اليومية ، الأمر الذي يغـري جماعـات أخرى أو أفراداً آخرين للقيام بأعمال عنف ارهابية أكثر جرأة طلباً للـشهرة بعـد الحـصول عـلى تغطيـة اعلامية مجانية (وبهذا يكون التلفزيون ناقلاً لعدوى الارهاب يدخل بها كل بيت)[2].

هذا ويعد موضوع العنف في الاعـلام المـرئي مـن أكـثر الموضـوعات التـي حركـت بحـوث وسائل الاتـصال الجماهـيري ، واتـسمت بالاتـساع والتعقيـد والجـدل ، وذهـب الـبعض مـن هـذه البحوث الى أن تراكم هذا العدد الكبيرمن المعطيات والدراسات المتخصصة في هذا الموضوع (يبرهن على صحة فرضية وجود علاقة سببية بين العنف في الاعلام المرئي والسلوك العدواني) [3].

حيث أن تأثير الاعلام المـرئي عـلى المتلقـين يكتـسب مـن خـلال سـلوكيات الأفراد الذين يقضون وقتـاً أطـول أمـام هـذه الوسـيلة الاعلاميـة عـلى حـساب مـا

---

[1]Braian , M , Jenkins : TheBsychological I mplications , of media – covered terrorism , the rand paper series. 1998 P.62.

[2] جيمس . و . هالوران / التلفزيون وظلال المستقبل / دراسة مترجمة / ترجمة بـدوي عبـد الفتـاح القـاهرة 2002 ص 135 .

[3] ج . م . دوميتاك / السينما والعنف / ترجمة سعيد توفيق القاهرة 1987 ص 230 .

يخص الأنشطة الأخرى ، والانبهار بالمواضيع المطروحة خاصة اذا كانت تقدم باسلوب درامـي مـؤثر أن من المستحيل تأكيد أن عادة مشاهدة التلفزيون تلبي احتياجات محددة .

غير أن التعرض الطويل لهذه الوسيلة الاعلامية يمكن أن يمهد لافتقاد الروح المعنوية لدى المتلقي والاحساس بعدم الأمن وصعوبة التكيف وافتقاد الأصدقاء بسبب غياب الصلات الاجتماعية خاصة (بالنسبة لشريحة مجتمعية مهمة هي شريحة الأطفال والـشباب الـذين هـم الأكـثر عرضـة للتأثر بهذه الوسيلة الاعلامية اجتماعياً واخلاقياً وسلوكياً) [1] .

وقد اختلفت درجة العلاقة بين التلفزيون وزيادة معدلات العنف بين دولة وأخرى ، لكن الواضح أن للاعلام المتلفز تأثير على جمهور المتلقين بـدرجات متفاوتـة (بـسبب الخلفيـات الثقافيـة والعوامل الاقتصادية والتعليمية والحياة الشخـصية) [2] وتبقـى عمليـة التـأثير ودور وسـائل الاعـلام خاصة التلفزيون وعلاقتها باستشراء ظاهرة العنف بين الشباب تختلـف مـن دولـة الى اخـرى ومـن مجتمع الى آخر .

الاعلام المرئي وتأثيره على المتلقين

يحدث البث الفضائي العربي انقلاباً في المفاهيم والقيم السائدة في المجتمـع ، والمـستقبل مفتوح على تحديات كبيرة ، فللاعلام المرئي تأثيره الكبير على حياتنا اليومية ، فهو داخـل كـل بيـت ، ووافد الى عقول كل الناس وقلوبهم والتلفزيون يعتـبر الوسـيلة الجماهيريـة الأهـم والأقـوى تـأثيراً على جمهور المتلقين وباستطاعته أن يغيّر بعض الانمـاط الـسلوكية الـسائدة في المجتمـع واكتـساب

[1] ايمان أحمد خضر / الانتماء في برامج أطفال التلفزيون المصري / رسالة ماجستير / معهد الدراسات العليا للطفولـة / جامعة عين شمس 1993 ص 13 .

[2] أشرف جلال / دوافع استخدام الجمهور المصري للاعـلان التلفزيـوني واشـباعاته / رسـالة ماجـستير كليـة الاعـلام / القاهرة 1995 ص 20 .

عادات وقناعات جديدة ، والعبرة هنا (ليست بالوسيلة وانما بالرسالة التي تقدم من خلال هذه الوسيلة) [1].

أن تأثير الرسالة و (المضمون) الاتصالي المرئي يبرز بالطريقة التي تقدم بها وبكيفية استقبال (المتلقي) لها وبدرجة استيعابها ، وهذا يتوقف على قدرة (المتلقي) الثقافية ومستواه الاجتماعي والمالي وارتباطه الديني ، أي أن تأثير وسائل الاتصال مشروط بالدرجة الأولى (بردة فعل المتلقي التي هي مرتبطة بثقافة وسطه الاجتماعي أو الطائفة التي ينتمي اليها)(2)وبتعبير آخر أن تأثير الوسيلة الاتصالية يقاس بنسبة الحاجات التي تلبيها ، وهنا يمكن للانتقائية أن تتحكم في تأثير وسائل الاتصال ، وهذه (الانتقائية) تتعلق بالآراء المسبقة وبشبكة علاقات (المتلقي) الخاصة .

أن التلفزيون يتمتع بتقنيات اغراء ووصول الى المتلقي لا تقاوم، وهو يختلف عن أيّة وسيلة اتصالية أخرى بأنه(ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور ، وأن المتلقين يتأثرون بالمضمون التلفزيوني بشكل غير واع) [3].

ويؤدي التعرض المتكرر لهذا المضمون الى تقديم عالم متكامل من الرسائل والصور المتكررة يتقد المشاهدون معه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يقدمها عالم التلفزيون أن اتجاهات آراء الجمهور تعتمد في المقام الأول على حجم ما تكمله له هذه الوسائل من عناصر ثلاثية هي : المكون العاطفي والمعرفي والسلوكي .

---

[1] اتحاد الاذاعة والتلفزيون المصري ومركز بحوث الرأي العام / الشباب المصري والتلفزيون – محددات السلوك الاتصالي / دراسة مسحية – القاهرة 2002 ص21 .

[2] دينا يحيا مرزوق /استخدامات جمهور ألقاهرة ألكبرى لبرامج ألفترة ألصباحية وألأشباعات ألتي تحققها ـ رسالة دكتوراه /ألقاهرة /1999 ص65.

(3) اتحاد الاذاعة والتلفزيون المصري / تقييم برامج التلفزيون – دراسة بحثية / القاهرة 1988 ص19 و ص32.

ومن الواضح أن المتلقي قد يلجأ الى وسائل الاتصال لازالة حالة الغموض التي تصادفه أو نتيجة لنقص المعلومات ، حيث يتفوق التلفزيون في ظل ثورة الاتصال على الوسائل الاتصالية الأخرى وذلك نتيجة لتكنيكات الصورة المستخدمة وما يصاحبها من تحليل للحدث مما يساعد في زيادة ادراك الجمهور المتلقي وتحقيق اشباعاته من خلال الاعتقاد بواقعية مضمون المعلومات المقدمة .

وتحدد نظرية الاعتماد (اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام) طبيعة الفرد بهذه الوسائل ، فكلما اعتمد المتلقي على هذه الوسائل لاشباع حاجاته المعرفية ، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجنماعية وتختلف عملية (الاعتماد) عن عملية (التعرض) للوسيلة الاتصالية ، فالتعرض قد يتم على سبيل الصدفة أو بطريقة عضوية دون قصد ، بينما (الاعتماد) يتم وفق منظور (الجمهور النشيط)الذي يختار الوسيلة التي تحقق له اشباعاته ومعتمداً عليها في الحصول على المعلومات التي تحقق له أهدافاً معينة ويعتبرها مرجعاً لاتخاذ القرارات .

ومهما بلغت قوة تأثير الوسيلة الاتصالية فإن المضمون الاعلامي أو الرسالة يجب أن تصاغ وتقدم وفق خصوصية وطبيعة كل مجتمع وإلاّ قوبلت بالرفض ، اذاً الوسيلة الاعلامية والجمهور الذي توجه له الرسالة يؤثران على ما تقوله تلك الرسائل ، ودرجة تفضيل ورضا المشاهدين عن أي مضمون تلفزيوني تتناسب طردياً مع (أميّتهم) وتدني مستوياتهم الثقافية ، ففي بحث أجراه التلفزيون المصري عام (1988) وفي سؤال عن مدى الرضا عما يقدمه التلفزيون من برامج وفقرات ، أجاب (حوالي ثلاثة أرباع العينة 32 و 73 % انهم يشعرون بالرضا تماماً ، وقال 68 و 24 % انهم راضون الى حد ما ، وكانت البقية الباقية 2 % جوابها الرفض وعدم القبول بما يقدمه التلفزيون من برامج وفقرات) .

ويتناول النقاش الذي يدور حول احتمالية تأثير المضمون التلفزيوني على المشاهدين من حيث :

- القياس المحتمل لحصول هذه النتائج .

- الجوانب المتحكمة في حصول هذا التأثير من حيث مضمون الرسالة ودرجة استفادة المتلقي من هذا المضمون استناداً الى درجة استيعابه المعتمد على مستواه الثقافي والاجتماعي وسنه وجنسه وانتماءه الطائفي والديني .

ولقياس حصول مثل هذا التأثير نضرب مثلاً بالنشرة الجوية التي تقدمها معظم القنوات التلفزيونية .

السؤال هنا : هل يمكن حسبانها ضمن عمليات التأثير التي يقوم بها التلفزيون ؟ ومن المؤكد أن النشرة الجوية تمارس تأثيراً على الناس باتجاه تكييف ومواءمة سلوكهم وتتسبب في أحداث والغاء أحداث معينة ، وهذه النشرة تقوم أيضاً بدور المرشد والدليل في التخطيط لليوم التالي ونوعية اللباس المناسب ، ولكن هل من الممكن حسبان كل هذا المضمون ضمن مجال التأثير ؟ الجواب لا وذلك لأنها مجرد عملية نقل المعلومات وليست فيها وجهة نظر ، حيث أن من المعروف أن التأثير يتعلق بتوليد مواقف وآراء .

وقد أصبح التلفزيون في مناطق كثيرة من العالم الوسيلة الاتصالية المهيمنة التي يستخدمها المشاهدون بشكل روتيني كمصدر رئيسي وموثوق للمعلومات العامة ، وقد تكون هناك اختلافات بين الروايات التي يقدمها التلفزيون للأحداث وبين توقعات الجمهور ، لكن أي اختلاف يكون دائماً لصالح الرواية التلفزيونية ، حيث أن الطبيعة الجماهيرية للتلفزيون تجعل للمشاهدة رجع صدى عند المشاهد من خلال اعتناق الفكرة وفهم ما يعرف والايمان به والتعاطف معه .

والطبيعة الانتقائية للتلفزيون تجعل له مقدرة على أن يدع الناس يرون أنفسهم من (خلال ادراكات حسية بأن مايشاهدونه هو جزء من الواقع) [1].

كما أن للتلفزيون قدرة على أن يصدم المشاهدين بما يرونه على الرغم من معرفتهم المسبقة بالظروف والأحداث التي تم تصويرها وعرضها للمشاهدة كما انه يملك سياقات اجتماعية ومكانية تتم المشاهدة من خلالها وهو في ذلك يتميز عن الوسائل الاتصالية الأخرى ، وهذا التميز يتيح له أن يكون ذا تأثير أكبر على المتلقين الذينيجمع بينهم المكان والنطاق الأسري الواحد بما يحقق فهماً أكبر لما يريد أن يقوله مضمون الرسالة التلفزيونية الذي يحقق غالباً اشباعاً لدى المتلقين .

وقد تناولت عدة دراسات وبحوث التأثير الذي يحدثه التلفزيون في جمهور المتلقين واتخذت من موضوعي التأثير والاعتماد كاطار نظري لها حيث استخدمت هذا الاطار (عزة عبد العظيم) في دراستها (حول اعتماد البالغين على التلفزيون كمصدر للمعلومات حول المخدرات) [2] وخلصت (أمل جابر) الى أن (التلفزيون المصري يعد المصدر الأساسي الذي يعتمد عليه الجمهور في الحصول على المعلومات حول الأحداث الخارجية) [3] .

كما انتهى محمد الفقيه الى (أن التلفزيون يعد المصدر الأول الذي يعتمد عليه الجمهور اليمني في الحصول على المعلومات الأساسية) [4]

(1) ستيوارت هول / التلفزيون كوسيلة اتصالية / لندن 1975 ص24 .

(2) Abdel Azim , Aza , Television Dependency and lnowledge / of drug abuse among Egyptian adults , unpublished Thesis of Master A . U. C . Journalism and mass commuication Departement / 1993

(3) أمل جابر / دور الصحف والتلفزيون في امداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية / رسالة ماجستير/ كلية الاعلام جامعة القاهره/ 1996 ص 18

(4) محمد الفقيه / دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية . دراسة مسحية / رسالة ماجستير كلية الاعلام جامعة القاهرة 1997 ص26 .

كما أكدت دراسة قامت بها ليلى حسن (أن التلفزيون يعد المصدر الأساسي الذي يعتمد عليه طلاب الجامعات المصرية في متابعة الأحداث الجارية)[1].

وأكدت دراسة قام بها عادل عبد الغفار (أن التلفزيون المصري ، وقناة الجزيرة، وقناة سي أن أن الاخبارية أهم المصادر التي اعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية في متابعة أحداث 11 سبتمبر وتوابعها)[2].

وهناك اتجاه ينزع الى تبسيط مشكلة العنف في وسائل الاعلام ، واتجاه آخر يدافع عن وسائل الاعلام ، ومبرراته انه توجد مصادر أخرى للعنف في المجتمع (أن العلاقة بين العنف ووسائل الاعلام علاقة سببية بسيطة وأن كثير من العلماء يجعلون وسائل الاعلام كبش فداء وسبب لكل الانحرافات والآفات التي تظهر في المجتمع) [3]ولما كانت علاقة وسائل الاعلام بالعنف جديرة بالدراسة ، فأن أول ما ينبغي عمله هو ابعاد الاعلام عن قلب الموضوع والتسليم منذ البداية بأن الاعلام لا يمكن أن يلعب لوحده دوراً رئيسياً في موضوع العنف والارهاب ، انما هناك بؤراً ضاغطة تتمثل في العنف أو السلوك العنيف في المجتمع وأن ما يهمنا من وسائل الاعلام على الأقل فيما يختص بهذه المشكلة هو (العلاقة إن وجدت بين وسائل الاعلام من جهة وبين السلوك العنيف من جهة أخرى) وعلى الرغم من هذه الآراء والاتجاهات التي حاول بعضها ايجاد علاقة مباشرة بين الاعلام المرئي واستشراء ظاهرة العنف .

---

(1) ليلى حسين السيد / دور وسائل الاتصال في امداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في اطار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام . المؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية الاعلام / الاعلام وقضايا الشباب /جامعة القاهرة/ 1998 ص176 .

(2) عادل عبد الغفار / مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث 11 سبتممبر وتوابعها / المؤتمر العلمي الأول لقسم الاذاعة والتلفزيون / كلية الاعلام ـ جامعة القاهرة /2002 ص38 .

(3) Wonds : Television and social behavior . New york 1986 P.221.

Michal Schudson : Discovering the news . New tork : Basic Books . 1048 P.112

ونفي البعض الآخر وجود مثل هذه العلاقة ، فلطالما أشير الى أن وسائط الاعلام ومنها التلفزيون على وجه الخصوص ، تساعد على ترسيخ نظام من الاولويات في مجتمع ما حول مشاكله وأهدافه ، حيث أن الاتساق والتكرار الذي تقوم به وسائط الاعلام عند تناولها لحدث ما يعملان على ترسيخ فكرة عنه في عقل المتلقي .

واذا ما قدم المضمون بشكل متماسك ومؤثر من حيث معرفة واقع الفئات المستهدفة فإن ذلك من شأنه أن يرسّخ في الأذهان واقعاً يتناغم وما هدف اليه (المضمون) وكلما (ازدادت الصورة المقدمة اتساقاً وكلما حازت هذه الصورة دون غيرها على اهتمام واسع ، كلما أصبح حدوث التأثير المتنبأ به أكثر احتمالاً) [1]وذلك أن الأمور التي تقع خارج نطاق التجربة الفردية المباشرة للمتلقي والتي لا تكون لها آراء بديلة قوية ، ستكون عرضة لتقبل مستوى أعظم من التأثير خاصة اذا كانت هناك ثقة في المصدر الناقل للحدث أو العرض له ونسبه الى مصدر ما يحوز على ثقة المتلقي ، وفي هذه الحالة سيعمل ذلك كله على احداث توسع أكبر للآراء والقيم

التي تكون وسائل الاعلام مصدرها وتتاح فرصة أكبر لتقبل المتلقين لها حيث أن(هناك تفاعلاً مستمراً وانتقائياً بين ذات المتلقي ووسائط الاعلام التي تلعب دوراً في تشكيل سلوك الفرد ومفهومه الذاتي لما يدور حوله)[2].

أن أيّ حديث حول قياس التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائط الاعلام وخاصة التلفزيون في أوساط المتلقين يجب أن يأخذ في الحسبان أموراً ثلاثة هي : الجمهور، الرسالة ، التوزيع ومن البديهيات المتعلقة بالجمهور فهناك شرط

---

[1] دينيس ماكويل / الاتصالات الجماهيرية والمجتمع – نفوذ الاعلام وتأثيراته / ترجمة أسعد أبو لبدة/ لندن 1976 ص47 .

(1)David . G . Violence against children . rlavard Nniversity press.1973. p . 61

أساسي وواضح وهو الوصول الى جمهور كبير اذا ما أريد الوصول الى الجمهـور المـستهدف بالرسـالة بغية احداث التأثير المطلوب ، وأن تكون الرسالة متوافقة مع ميول الجمهور ويرتبط ذلـك بـضرورة الاتساق مع الأعراف السائدة في المجتمع وثقافة الفرد المستهدف لكي لا تكون هناك معارضـة ولـكي تكون مفهومة .

واذا ما سلمنا أن المضمون الاعلامي المرئي اذا ما قُدم بشكل مـدروس وموجـه الى الفئـات المستهدفة بمـا يـتلائم بكيفيـة فهمهـا وطريقـة اسـتيعابها فـأن (هنـاك احـتمالاً كبـيراً في أن تقـدح المعلومات التي يتلقاها الجمهور زناد اسـتجابات ذعـر جماعيـة واسـعة)[1] خاصـة اذا كانـت هـذه المعلومات متعلقة بجرائم اجتماعية وهناك الآن مدارس فكرية تؤمن أن ما ترسمه وسـائط الاعـلام من صور العنف والجريمة يمكن أن تحول الأطفال الى أن يكونـوا أكـثر عدوانيـة (بيركـو فيتـز 1970)، وتميل مدرسة أخرى الى الرأي القائل بأن من المرجح أن يكون تأثير الدليل الخيـالي مـسهلاً للعـدوان أو يشكل مدخلاً للتنفيس عنه (فشباخ وسنجر 1971) .

أن وسائل الاعلام قد تكون في الكثير من الحالات مسؤولة عن نشر الاضطرابات والعنف ، فقد (أشير في مرات عديدة الى أعمال العنـف والـشغب التـي كانـت تـشهدها المـدن الامريكيـة في أواخر الستينيات الى أن التغطية التلفزيونية لواحدة من الحوادث قد تؤدي الى اشـتعال أحـداث في أماكن أخرى) [2].

وعليه فأن عرض التقليـد للجـرائم التـي تنقلهـا وسـائط الاعـلام ومنهـا التلفزيون ، يمكـن أن تزيـد بـين الأطفـال والـشباب اذا مـا اقترنـت مـع عوامـل مجتمعية وثقافية واقتصادية ودينية خاصة وأن التلفزيونات الفـضائية تتعامـل

[1] Small , W . To kill amessenger – television news and theraal world . New york 1976 . p . 158.

[2] Angus Campbell, Philip E : Elections and the political order . New york . 1966 . p 170.

بالصورة التي تؤثر مباشرة في نفسية المتلقي ولا تتفاعل مع عقله شأن الكلمة المذاعة أو المقروءة وهناك علاقة ارتباط بين مضامين التلفزيون والسلوك الاجتماعي ، والأطفال الذين يكثرون من مشاهدة التلفزيون يحيون صراعاتهم ومنازعاتهم واختلافاتهم بصورة عدوانية .

وتؤكد جميع البحوث السايكولوجية أن ظاهرة تقليد النماذج العنيفة في التلفزيون تتولد عند الأطفال الذين يكثرون من مشاهدة هذه النماذج ، حيث يرون في المضمون التلفزيوني على انه الحقيقة والواقع ويأتي ذلك(نتيجة الاستمرارية في متابعة ما يبثه التلفزيون بشكل مكثف وعدم الاحتكاك مع العالم الخارجي بنفس الكثافة الاستمرارية) ، كما أن ذلك يأتي أيضاً بسبب قدرة التلفزيون على اعادة عرض الاحداث مع اجراء تغييرات جوهرية عليها حسب سياسة القناة التلفزيونية وبما يتلائم مع طبيعة الجمهور المستهدف .

وفي الواقع (أن الأطفال في سن الثالثة يخصصون للتلفزيون خمساً واربعين دقيقة للمشاهدة يومياً ويزداد هذا الوقت مع تقدم السن حيث يقضي الأطفال في سن الخامسة ساعتين يومياً ، وفي سن الستة عشر يقضون أمام التلفزيون وقتاً أطول مما يقضونه في المدرسة) .

ويعود قدر كبير من تعلق المشاهدين بما يبثه التلفزيون الى التركيب الشكلي للصوت والصورة وتقنيات سردهما ، وتأسيساً على ذلك فمن غير المجدي التساؤل أو البحث فيما اذا كان ممكناً الفصل بين تأثير الشكل والمضمون اللذين يقدمهما التلفزيون على المشاهد ، فأحدهما يكمل الآخر ويجب العناية بهما اذا ما أريد كسب المشاهد والتأثير عليه ، ولكي يتحقق مبدأ الاشباع فلابد أن يكون بالضرورة لدى المشاهد (فكرة) عما سوف يشاهده ، وعند الوقوف عند هذه الـ (الفكرة) ندرك لماذا (استخدم) أو (اختار) الفرد المستهدف هذه القناة ، وهذا

البرنامج دون غيرهما ، وهنا يتحقق أيضاً مبدأ (الجمهـور النـشيط) الـذي يبحـث عـن المـضمون الذي يلبي رغباته وليس البحث عن الوسيلة الاتصالية فقط ، ولهذا فلابد من وجود توافق أو تلاقي بين توقعات المشاهد والمضامين المقدمة .

الفصل السادس

الإعلام و القيم الأخلاقية

دور الإعلام فى دعم القيم الأخلاقية

القيم شيء مختلف تماماً عن العادات والتقاليد، لأنها من الأمور الفطرية التي فطر الناس عليها ولم يصنعها البشر، والدليل علي ذلك إنها لها طابعاً عالمياً إنسانياً يجعلها فوق الزمان والمكان . فالبشر جميعاً متفقون – إلا من شذ منهم – علي أن الصدق قيمة لا يجـوز التهـاون فيهـا، والأمانـة قيمة ليس من حق أحد أن يجري عليها شيء من أشكال التغيير، والعدل قيمـة لا تقبـل التجزئـة أو المساومة بشأنها، وهذا شأن بقية القيم المعنوية الأخرى .

والقيم الأخلاقية انعكاس للأسلوب الذي يفكر به النـاس في سـياق ثقـافي معـين وفي فـترة زمنية محددة، وحينما تغير الأسلوب التقليدي لتفكير الناس من ذلك الأسـلوب الـذي يـضعون فيـه القيم المعنوية فوق كل إعتبار ويعتبرونها غاية في ذاتهـا يريـدون الوصـول إليهـا في سـلوكهم العـام والخاص، إلي ذلك الأسلوب من التفكير الذي يضع الإشباع المـادي و اللـذي فـوق كـل اعتبـار، إنهـار سلم القيم التقليدية وضاعت القيم المعنوية .

وبالطبع فإن هذا الخلل الذي أصاب البنية الأخلاقية للمجتمـع المـصري يحتـاج إلي جهـد كبير من كل ما يعنيهم مستقبل هذا المجتمع .

فيلعب الإعلام دوراً مؤثراً وايجابيـاً في تغيـير سـلوكيات مجتمعيـه عديـدة، تؤصـل معهـا ممارسات وعادات حسنة، فالإعلام الإيجابي الواعي يمكنـه عـبر خطـة مدروسـة ومنظمـة أن يجابـه الكثـير مـن العـادات الـسلبية والموروثـة، باعتبـار الإعـلام رسـالة نبيلـة ومـسئولية أخلاقيـة تـدعم منظومات القيم التي تؤثر علي تماسك المجتمع .

من ثم فإن الأمر يتطلب التوجه نحو الإصلاح، وطريق الإصـلاح يبـدأ: مـن ذات كـل فـرد من أفراد المجتمع .

الاهتمام بإبراز القدوة الحقيقية والتركيز علي إعادة بنائها لدي أفراد المجتمع من العلماء الأكفاء في معاملتهم داخل مؤسساتهم العلمية، والمفكرون في مكتباتهم، والعمال في مصانعهم، والفلاحين الذين يكدون في حقولهم ..... الخ.

من خلال إعداد برامج جديدة تركز علي القيم الأخلاقية التي يراد إكسابها للناس مرة أخرى، ويستضاف فيها قادة الرأي والمفكرون والعلماء الذين يعتبرون قدوه صالحة في مجال تخصصهم.

حيث تقع مسئولية الإعلام عن دعم منظومات القيم التي يعتمد عليها تماسك المجتمع، من خلال وعي المواطن وقدرته المتطورة علي الاختيار وعلي التميز العقلاني بين الزائف وبين الأصيل الحقيقي، وبين الإثارة وبين التوعية .

فالأمر يتطلب تربية إعلامية لتكوين المواطن ذي القدرة علي التفكير التحليلي الناقد، وتكوين ضوابط ذاتية تمكنه من التلقي للفيض الإعلامي وتدفق الرسائل الإعلامية، بما يساعد علي الانتقاء، وعلي تبين ما هو أخلاقي فكرياً وقيمياً .

إن القضية الكبرى أمامنا الآن هي تنمية المجتمع، وهذا الهدف لن يتحقق علي نحو سليم إلا بالتنمية المتكاملة التي تشتمل علي التنمية البشرية التي تتأسس علي الأخلاق، والتي تسير جنباً إلي جنب مع التنمية المادية في جميع المرافق، فكلاهما جناحاالتنمية الشاملة .

وسيتناول البحث عده محاور نعرضها علي الوجه التالي :

المحور الأول : البعد التربوي للإعلام .

المحور الثاني : البعد الأخلاقي للإعلام .

المحور الثالث : البعد الاجتماعي للإعلام .

المحور الأول : البعد التربوي للإعلام :

للوقوف علي البعد التربوي للإعلام، سيتطرق البحث إلي أربعة نقاط هي :

أولاً : مفهوم الإعلام :

الإعلام علماً وممارسة، ينمو ويتسع ويتلاحم مع العلوم الإنسانية والإجتماعية – أخذاً وعطاء – من منطلق أن العلم ينمو ويحيا دائماً بالإنفتاح لا بالإنغلاق حول نفسه .

ويختلف المفكرون في وضع تعريف لمفهوم العمل الإعلامي، كما تختلف الدول حسب أنظمة الحكم القائمة بها في فهم الإعلام و تفسيره حسب فلسفة المجتمع ونظرته لمختلف الشئون الإقتصادية والإجتماعية والثقافية به .

فيمكن إعتبار الإعلام عملية استطلاع وتفاعل مع البيئة المحيطة عبر الوسائل المتاحة للإتصال والتي تشكل عيوننا و أذاننا لمعرفة ما يدور حولنا، كما يمكن إعتباره التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها وإتجاهاتها في نفس الوقت .

ويمكن أن نضيف أيضاً أن الإعلام بمفهومه الواسع هو عملية جمع المعلومات وتبادلها ونشرها، وإستخدام العلم الحديث في عملية الجمع والتصنيف و الإخراج والتكنولوجيا المتقدمة في عملية الإيصال للجمهور المقصود وإستقبالها، بإتباع الأسلوب المناسب نفسياً وإجتماعياً لعرض ومحاولة إقناع الجمهور المخاطب بها، وذلك ضمن إطار ديمقراطي يؤمن بالمشاركة، ويحدد أولويات العمل بناء علي واقع المجتمع وإحتياجاته المستقبلية .

مبادئ وأسس الأعلام

فهناك شبه إتفاق لا يختلف علية أحد تقريباً في أساسيات العمل الإعلامي، وفي المبادئ والأسس التي يقوم عليها الإعلام، وهي :

- الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات .
- التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق .
- الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية .
- التعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إلية الإعلام .
- وهذا يعني ما يلي :
- إن الإعلام الذي لا يقوم علي أساس من الواقع ينتفي عنه مفهوم الإعلام .
- إن رجل الإعلام الذي يضفي وجهة نظره الشخصية التي تمليها علية أهواؤه علي المعلومات التي يزود بها الجمهور، ويلون هذه المعلومات حسبما يراها، هذا لا يتفق مع صفته كرجل إعلام .

إذا لم يكن الصدق والأمانة منهاجاً في الحصول علي البيانات واستشفائها من مصادرها، فإن الإعلام يفقد أهم دعامة له، وهي عامل الصدق .

وأخيراً ... إذا لم يأت الإعلام معبراً تعبيراً صادقاً وأميناً علي تراث الأمة وعاداتها وتقاليدها وروحها، ومناسباً لثقافاتها وتفكيرها، فإن الإعلام سوف لا يلائم جمهوره، وبالتالي لا تستطيع الجمهور فهمه أو التجاوب معه .

ثالثاً : منظومة التكامل بين الإعلام والتربية :

تشكل وسائل الإعلام في العصر الحديث عامل تنمية وسبباً من أسباب أسهام المواطن في المجتمع بشكل نشط وعنصراً متزايد الأهمية من عناصر الثقافة، حيث أخذت الإمكانيات التربوية تتجلي شيئاً فشيئاً.

لذلك يلقي إستخدام وسائل الإعلام في التربية إهتماماً واسع النطاق في معظم دول العالم،وإن إختلفت كفاءة هذا الإستخدام في النظم التربوية المختلفة .

فإحدي مهام التربية هي تنمية إستعدادات الطالب حتى يصبح قادراً علي تقييم وضع المجتمع الذي يعيش فيه وتؤدي ضمنه وسائل الإعلام دوراً مهماً للغاية .

فنحن الأن في حالة تزاوج جديد بين الإعلام والتربية أسفر عن علم إجتماعي جديد تحت مسمي " التربية الإعلامية " فهي علم ومنهج إشتقاقي من كل من التربية والإعلام، بهدف توظيف التربية إعلامياً وتوظيف الإعلام تربوياً لتحقيق هدف مشترك هو إكساب الطالب المهارات الذهنية والعملية التي تمكنه من إستيعاب المنهج نظرياً وعملياً علي أرض الواقع، بمعني تنمية قدراته علي التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام المختلفة التي تلاحقه ليلاً ونهاراً .

ولقد جاء مفهوم " التربية الإعلامية " ليعكس جانباً من جوانب التكامل الضروري بين المؤسسة التربوية والمؤسسات الإعلامية، بحيث يكون تطبيق هذا المفهوم مدخلاً يضمن الإستخدام الأمثل لوسائل الإعلام بما يتفق وغايات التربية في تحقيق النمو المتكامل علي المستوي العلمي والأخلاقي والجمالي والديني والبدني، وكذلك تنمية الجدارة والقوة المعرفية والمعنوية، وذلك للمساهمة بفاعلية في بناء الوطن .

ولقد جاء قيام المنظمة الدولية للتربية الإعلامية عام 2004 م بمثابة تلبية لحاجات حقيقية يتطلبها النهوض بالتربية، كما إهتمت المجالس القومية المتخصصة في مصر مؤخراً بالتعرف علي أهداف ووسائل مشروع تلك

المنظمة،بعد النجاحات التي حققتها علي المستوي الدولي منذ إستحداث مصطلح " التربية الإعلامية " عقب أول مؤتمر تم عقدة في ألمانيا عام 1982 م .

وبالنظر إلي تعدد مجالات تأثير وسائل الإعلام في سلوك الجماهير، فإن مفهوم " التربية الإعلامية " يتسع لما هو أبعد من مجرد إكساب المتعلمين المهارات والمعلومات والقيم والإتجاهات التي تساعدهم علي الاستفادة من وسائل الإعلام بما يتفق ومتطلبات النمو السليم وتكامل الشخصية، بجانب ذلك تتضمن التربية الإعلامية إكساب كل القائمين علي التربية المهارات التربوية والوعي الكافي لتنظيم علاقة الأطفال والمراهقين بوسائل الإعلام خاصة التلفزيون والإنترنت .

البعد الأخلاقي للإعلام

يتضمن النظام الإعلامي الجديد عدداً من الأبعاد منها ما هو ذو صيغة سياسية ومنها ما هو ذو طابع إقتصادي أو تربوي .... الخ، والوقوف علي البعد الأخلاقي للإعلام سيتعرض البحث إلي التالي :

أولاً : الفلسفة الأخلاقية في الفكر الإسلامي :

الأخلاق كانت ولم تزل محل اهتمام المجتمع الإنساني، وأصبحت كذلك محل اهتمام الباحثين والعلماء في تخصصات مختلفة، ومن المنظور اللغوي فإن الأخلاقيات تعني الدراسة الفلسفية للقيم الأخلاقية والقواعد، كما تدل أيضاً علي الدافعية بناء علي أفكار الصحيح والخطأ .

فمنذ القدم اكتشف المصريون القدماء معني الأخلاق، ومعني الضمير الإنساني، وأكدوا أن حياتهم الاجتماعية والسياسية أساسها السلوك المعتدل القويم والتحلي بكل الفضائل التي تم تلخيصها في كلمة " الماعت " التي تعني علي الصعيد الأخلاقي الاعتدال في السلوك وضبط النفس والتحلي بكل القيم

الأخلاقية الرفيعة، كالصدق، والشجاعة، والكرم، حب الآخرين، وحب الثقافة، والكتابة وتقدير الكتاب والمفكرين، وقيم الاعتدال، والتعاون، والمواطنة الصالحة ...الخ .

فالأخلاق إذن هي نتيجة لتصرف الفرد منذ القدم، نتيجة لما عرف بالاختبار أنه صالح ونافع، وأنه معين للحياة علي أغراضها .

أما في الفكر الإسلامي فقد ذكر " الفارابي " الأخلاق وجعلها أحد فروع العلم المدني في إحصائه للعلوم. ولكنه لم يضف شيئاً عما ذكره " أرسطو " من فهمه للسعادة والفضيلة ومن جعل الأخلاق مقدمة للسياسة المدنية أو بالأخرى المدينة الفاضلة .

أما " التهانوي " فلقد أشار إلي الأخلاق ولكنه كانت تعوزه النظرة الكلية في فهم طبيعة علم الأخلاق وموضوعه وجانبيه النظري و العملي .

وأول ما يتبادر إلي الذهن حين التنقيب عن إتجاهات أخلاقية في الفكر الإسلامي، سنجد فلسفة "مسكويه" الذي وصف بأنه أكبر باحث عربي في الأخلاق .

كما اقترن الإيمان في الكتاب الكريم غالباً بالعمل الصالح دلالة علي ما بين الإيمان والأخلاق من وشائج وصلات إشارة إلي ضرورة إقتران الإيمان بالعمل الصالح كشرط للثواب، فلم تكن الأوامر الإلهية متعلقة بشعائر تعبدية فحسب ولكنها تنطوي علي فضائل أخلاقية، كذلك المحظورات الدينية غالباً لها دلالات أخلاقية، وأحاديث الرسول "ﷺ" في الأخلاق كثيرة، ويكفي بهذا الصدد أن رسول الله حدد هدف الرسالة فجعله أخلاقياً في قوله : إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق .

ثانياً : إخلاقيات الأعلام :

علي مستوي الإتـصال، فـإن أخلاقيـات الإعـلام Media ethics محـل إهـتمام العديـد مـن المنظمات المحلية والإقليمية والدولية، فقد ظهر العديد من التقارير التي تصدرها جهات متخصصة بما يوضح المخاطر التي تترتب علي عدم الإلتزام بالأخلاقيات من جانب وسائل الإعلام . بـل أن كثـير من المؤسسات المدنية أدرجت أخلاقيات وسائل الإعلام ضمن أنشطتها .

وفي الكثير من الأدبيات المعنيـة بأخلاقيـات وسـائل الإعـلام يبـدو التأكيـد وأضـحاًَ عـلي أهمية هذه الأخلاقيات وضرورة تطويرها بحيث تقابل التطورات في الممارسة وتؤثر فيها .

وعلي الرغم من المواثيق الأخلاقية الصادرة عـلي المـستويات الإقليميـة والدوليـة لتنظـيم عمل وسائل الإعلام، إلا أنها لا تتخـذ صـفة الإلتـزام ، وكثـيراً مـا يعوزهـا الجانـب الأخلاقـي المرتـب بالذات الثقافية، فتبدو أهمية وضرورة وجود المواثيق الأخلاقية التي تنظم عمل وسائل الأعلام علي المستوي الوطني . فهناك تلازم بين وجود تلك الوسائل ووجود القواعد والقوانين التي تنظم عملهـا، أي أن هناك علاقة تلازمية لا تنفصل inseparable بين وسائل الإتصال والقوانين التـي تـنظم عملهـا، هذه القوانين تركز علي تنظيم الأداء سواء من المنظور الحرفي أو المنظور الأخلاقي وإن تفاوت ذلـك من وسيلة إلي أخرى ومن مجتمع إلي آخر.

فذلك يعكس التوجه لتنظيم العمل في وسائل الاعلام وفق قواعد أخلاقية، ففـي كثير مـن دول العالم، تتزايد الدعوات والأنشطة الراميـة إلي أن تلتـزم تلـك الوسـائل بالأخلاقيـات والمـسئولية الإحتماعية تجاه المتلقي.

التربية الإعلامية كمنهج دراسي جديد

يتطلب هذا المنهج الدراسي الجديد تدريب المعلمين علي تدريسه بتقديم الحوافز المساعدة الفنية والعلمية في عملية التدريب التي تدفع المعلم إلي ممارسة التدريس نظرياً وعلمياً طبقاً لأعلي المستويات الأخلاقية، فيما يتعلق بالقيم الروحية والآداب العامة والذوق العام بهدف دعم وترسيخ تلك القيم والأدبيات في نفوس الطلاب .

ومن أبرز المعايير الأخلاقية التي يجب أن يتضمنها المنهج الدراسي للتربية الإعلامية ما يلي :

- القدرة علي التمييز بين الصواب والخطأ في ثقافة المجتمع .
- الأستقلال والحرية المسئولة وحرية التعبير .
- حب الوطن والإعتزاز بالمواطنة .

التربية الإعلامية في سياق التنشئة الأسرية :

من منطلق أن الأسرة هي اللبنة الأولي في بناء المجتمع وتنشئه الأبناء بطريقة صحيحة من خلال تعريفهم بما هو صواب أو خطأ،وكيف تنصح الأسرة الأبناء بإقتناء الصحف والمجلات المناسبة وكيف يتعاملون معها قراءة ومراسلة ... الخ .

التربية الإعلامية كمحور من محاور التثقيف الجماهيري :

بذلك يتحقق التكامل بين المؤسسات الثقافية التابعة للدولة وبين المؤسسات الصحفية والإعلامية في عمل مشترك، وذلك من خلال المؤتمرات والندوات والمحاضرات والمسابقات .... الخ، لنشر الوعي الجماهيري بين مختلف فئات الشعب، ومن المحاور الأساسية في هذا المجال تثقيف الجيل الجديد

بمنظومة، الحقوق والواجبات وأهمية أداء الواجبات جنباً إلي جنب لممارسة الحقوق .

التربية الإعلامية في مرحلة التشريع :

من خلال سن اللوائح والقوانين بشأنها، فقد صدرت مؤخراً اللائحة التنفيذية لقانون الكادر للمعلمين، وحرصت اللائحة علي أبراز الأخلاق المهنية جنباً إلي جنب من التمكن المعرفي، والمهارى، والتنمية المهنية المستديمة، وحرصت اللائحة علي أبراز أهمية أخلاقية المهنة في جمال مهنة المعلم .

التربية الإعلامية كبرنامج من برامج الأمم المتحدة :

بهدف تشجيع تحالف الحضارات وتحاور الثقافات المختلفة ونبذ الصراعات والحروب والحد من التأثيرات السلبية لوسائل الأعلام والمساعدة في بناء عالم أكثر عدالة وأمناً ورخاء للجميع .

ومن أهم المشروعات التي تعني بتدريس التربية الأعلامية والترويج الإعلامي لها نذكر : منظمة اليونسكو، والاتحاد الأوروبي، ووزارات التربية والتعليم في العديد من الدول الأوروبية، والمنظمة الدولية للتربية الإعلامية .

البعد الاجتماعي للإعلام

من اهتمامات النظام الإعلامي الجديد المتصف بالشمول واستدراك الأوضاع الإعلامية علي كل الأصعدة وفي كل المستويات ليس إقرار علاقات إعلامية جديدة علي مستوي الدول أو الحكومات فقط، بل إقرار التدفق الحر والمتوازن للإعلام في الخارج والداخل علي حد سوء، و تركيز أسس متكافئة بين مختلف الأصناف الاجتماعية من حيث الجنس والعرق والمستوى الفكري والمادي.

فالأمر يتعلق بوضع اجتماعي ذي جذور متعددة، فهذا الوضع قائم في مختلف المجتمعات، وأن أجهزة الإعلام، إن لم تكن السبب الأصلي في وجود هذا

الوضع، فهي تتحمل مسؤولية كبيرة في ترديه وتفاقمه مؤكدة بذلك تقصيرها في أداء وظيفتها الاجتماعية .

فإن إعادة النظر في مفهوم الوظيفة الاجتماعية لأجهزة الإعلام والوقوف في وجه الاستلاب الثقافي يعدان، عن أهم أهداف النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال، لذلك فالإعلام والثقافة دوراً بارزاً في تحقيق الأمن المجتمعي، ويتضح ذلك في :

دور الأعلام في الأمن المجتمعي :

لوسائل الإعلام دوراُ محورياً في أمن وسلامة المجتمع، لذا فمن الواجب أن تكون تلك الوسائل في أيد أمينة تعمل علي تنقيح المواد الإعلامية بما يتناسب مع ثقافة وقيم المجتمع المصري . ولقد أثبت علماء النفس أن ما تحتوية بعض برامج وسائل الإعلام المختلفة . من عنف يؤثر تأثيراً بالغاً في سلوك الأشخاص وخاصة الأطفال، الأمر الذي يعمل علي الإطاحة بأمن المجتمع وإشاعة الفوضى به .

فيجب أن نحافظ علي هويتنا الثقافية وأن نعمل علي ترسيخها، ليس عن طريق تقليص وسائل الإعلام والحد منها، بل عن طريق توجيهها التوجيه الصحيح والاستفادة منها إلي أقصي حد ممكن. عملاً علي تصويب ما قد يثبته الإعلام الغربي والصهيوني في مغالطات في عقول العديد من الناس، وتفادي ما تطويه بداخلها من سلبيات قد تهوى بأمن المجتمع وسلامته .

دور الثقافة في الأمن المجتمعي :

تلعب الثقافة أيضاً دوراً هاماً في أمن وسلامة أي مجتمع، إذا أنها تعد الحصن الحصين للأفراد الذين يشكلونه، فمن خلالها يمكن للمرء أن يميز

الصواب والخطأ وأن ينتقي تصرفاته وسلوكياته بما يتناسب مع ثقافة دينة ومجتمعه .

ولما كان كل مجتمع يتكون من فئات معينة تربط بينهم ثقافة خاصة تشكل هويتهم دون غيرهم، فإن الشخص المثقف الذي يجمع بطياته ثقافات فئات مجتمعة بجانب ثقافته الخاصة، يستطيع أن يتفاعل مع كل عناصر مجتمعه ويتعامل معهم بلا تصادم، الأمر الذي لا تنهدر معه روابطه وعلاقاته الاجتماعية بالآخرين بشكل يؤدى إلي إحداث فجوة ثقافية بين أفراد المجتمع تؤدي إلي إحداث بلبلة فكرية تنتقل بالمجتمع من حالته السليمة الآمنة إلي مشاحنات واختلافات تفقده ما ينعم به من هدوء واستقرار .

وفي مجال عمليات التنمية وإجراءاتها وسياساتها ينبغي اعتبار الثقافة محوراًَ رئيسياً في أهدافها وغاياتها بصفة عامة قبل أن تكون وسيلة.

ولكي تصبح الثقافة في المجتمع أحد " مسببات " وليس " معوقات " التنمية المجتمعية، فإن المطلوب هو " حركة إصلاح ثقافي " تركز علي مجموعة من المعوقات اللازمة لتوظيف وتطوير قدرات الفرد وحشد طاقات وموارد الأمة، ولا يمكن بلوغ ذلك دون :

- تعليم جيد متاح للجميع .
- حركة تأليف ونشر واسعه تعزز مجتمع المعرفة .
- إبداع يحفز العقل ويرتقي بالوجدان .
- إعلام معاصر مؤثر .

التغطية الإعلامية للمجلس العسكري كنموذج لتأثير ثقافة الصورة

خلال شهر نوفمبر 2011، كان الحدثان الأهم على الإطلاق هما الهجوم على المعتصمين في التحرير ومحاولة فض اعتصامهم بالقوة، الأمر الذي دفع بعشرات الآلاف ثم مئات الآلاف إلى النزول للتظاهر ومع استمرار التعامل الأمني مع المتظاهرين استمر الاعتصام وتوسع بعد فقدان قرابة 50مصريا لحياتهم وإصابة آلاف آخرون. والحدث الآخر هو الانتخابات، التي شغلت أحداث التحرير الانتباه عنها نسبيا رغم كونها انتخابات تاريخية، وسواء فيما يتعلق بالتحرير أو الانتخابات، كان المجلس العسكري محو جانب هام من التغطيات الإعلامية سواء فيما يتعلق بعلاقته بطريقة فض اعتصام التحرير وما تطورت إليه الأمور، أو فيما يتعلق بالترتيب للانتخابات.

وكان من بين القضايا الأبرز على الساحة الإعلامية فيما يتعلق بالمجلس العسكري وثيقة السلمي التي بدأ الشهر بالتركيز عليها وعلى محاولة تمرير صلاحيات واسعة تمكن المجلس من السيطرة على مقدرات وتوجهات الدولة المقبلة في مصر من خلال مواد دستورية، وتحول الجدل حول الوثيقة التي نسبتها التيارات الإسلامية لنائب رئيس الوزراء علي السلمي، ونقلته بالتالي وسائل الإعلام، ليكون جدلا حول المؤسسة العسكرية والمجلس الأعلى للقوات المسلحة خاصة بعد التعامل العنيف مع معتصمي التحرير والذي استمر قرابة أسبوع مخلفا عشرات الشهداء وآلاف الجرحى منهم من فقدوا عيونهم.

وكشفت نتائج الرصد للتغطية الإعلامية أنه، خلال شهر نوفمبر خصصت صحيفة الوفد المساحة الأكبر (19832سنتيمترا مربعا) من التغطية للمجلس العسكري مقارنة بباقي الصحف محل الرصد، تلتها الأخبار

(18789سم) ثم المصري اليوم (13234سم) وبعدها الشروق (10693سـم) وأخـيرا الأهـرام بمعـدل 5.550سنتيمتر مربع.

وبالنسبة للموضوعات التي اهتمت الصحف بتغطيتها، اختلـف ترتيـب الانتخابـات عـلى سـلم الأولويـات في الـصحف المختلفـة خـلال الـشهر المـاضي، الـذي شـهد بـدء أول مرحلـة في أول انتخابات مصرية بعد الثورة. ويشير اهتمام الصحف المختلفة وترتيب الانتخابات التي تأتي في المركز الثاني أو الثالـث ولـيس الأول مـن حيـث الاهـتمام في أغلـب الأوقـات إلى أن المؤسـسات الإعلاميـة تختلف على تقييم الأولويـات للتغطيـة خـلال الـشهر المـاضي، فمنهـا مـن يـضع المظـاهرات كـأولى الأولويات وآخرون يعتبرون الأوضاع السياسية وطريقة الحكم، وهـو مـا يـنعكس عـلى عـدد مـرات تغطية كل منها للموضوعات المختلفة.

وبالنسبة لاهتمام كل الوسائل الإعلامية التي تم رصدها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس المصادر في تغطية الأخبـار ليحـصد قرابـة ثلاثـة أربـاع مـساحة الفـاعلين العـسكريين في التغطيـة التـي نـشرتها الـصحيفة، يليـه في الترتيـب المـشير محمـد حـسين طنطاوي، ليختلف التركيز لاحقا من وسيلة لأخرى ويتوزع على عدد من أعضاء المجلـس مـن بيـنهم الفريق سامي عنان واللواء حمدي بدين واللواء محمود حجازي وغيرهم.

وفي المواقع الإليكترونية، كان موقع مصراوي هو الأكثر تغطية للمجلـس العـسكري خـلال ساعات الرصد طوال شهر نوفمبر بمعدل تخصيص 27096كلمة يليه موقع البديل (12797كلمة) ثم اليوم السابع (10217كلمة) وأخيرا بوابة الأهرام (3047 كلمة).

أما بالنسبة لعدد الكلمات التي قامـت مـن خلالهـا المواقـع محـل الرصـد بتغطيـة الفـاعلين العـسكريين (المجلـس ككيـان وكـل أعـضائه بأسـمائهم) فكانـت

المساحة الأكبر من التغطية من نصيب المجلس العسكري بمعدل 35472 كلمة يليه المشير طنطاوي بمعدل 12782كلمة ثم اللواء محسن الفنجري الذي كان مصدرا في تغطيات خصصت لها المواقع محل الرصد 1257كلمة يليه اللواءات سامي عنان (1173 كلمة) ومحمد العصار (832كلمة) ثم محمود حجازي وحسن الرويني وممدوح شاهين ومختار الملا واسماعيل عتمان.

وفي البرامج الحوارية، محل الرصد، جاء برنامج العاشرة مساء الذي تبثه قناة دريم في مقدمة البرامج التي خصصت مساحة للمجلس بمعدل أربعة ساعات و41دقيقة وسبع ثوان خلال شهر نوفمبر، مقابل ساعة و48دقيقة و13ثانية في برنامج مباشر من مصر (الفضائية المصرية)، و26دقيقة وخمس ثوان في بلدنا بالمصري (أون تي في).

وحول المساحات التي تم تخصيصها للفاعلين العسكريين (المجلس وأعضائه) جاء المجلس العسكري في الترتيب الأول بمعدل خمس ساعات و44دقيقة و45 ثانية خلال شهر نوفمبر في البرامج الثلاثة، مقابل 54دقيقة وسبع ثوان للمشير طنطاوي، يليه الفريق سامي عنان (8دقائق و 28ثانية) ثم اللواء حسن الرويني (4 دقائق) ثم اللواء محسن الفنجري (3 دقائق و 35ثانية) وأخيرا اللواء ممدوح شاهين (30 ثانية).

لماذا وكيف؟

نظرا لأهمية المرحلة الانتقالية في مصر، والدور الجوهري الذي يلعبه الإعلام في هذا الوقت كانت الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان حريصة على رصد التغطية الإعلامية لكل من النظام القضائي والمجلس العسكري باعتبارهما الركيزتين الأكثر أهمية في وضع أسس الدولة الجديدة بعد ثورة 25 يناير ولأن طريقة تناول الإعلام ومدى الحرية والمسئولية التي يتمتع بها

تؤثر بقوة، سواء سلبا أو إيجابا على الرأي العام وبالتالي على صناع القرار والخطوات الفعلية نحو بناء دولة ديمقراطية.

فمن خلال نقل المعلومات والأخبار الدقيقة والهامة خلال هذه المرحلة ونقل وجهات نظر مختلفة يمكن لجمهور الوسائل الإعلامية المختلفة تشكيل مواقفهم الخاصة بناء على معلومات ومعطيات واضحة. وعلى الجانب الآخر كلما اعتمدت وسائل الإعلام على مصادر مجهولة أو معلومات غير كاملة أو سيطر عليها القلق والخوف خلال نقل الأخبار خاصة تلك المتعلقة بالسلطتين الأكثر أهمية في المرحلة الراهنة (القضاء والمجلس العسكري)، كلما زاد تشويش الرؤية لدى الرأي العام وبالتالي ترك القرار فقط للمجلس العسكري والحكومة.

وتم اختيار تلك الموضوعات لرصدها انطلاقا من أن السلطات القضائية والتنفيذية بقيادة المجلس العسكري هي السلطات الأهم التي تتخذ القرارات ويفترض فيها أن تضمن العدالة للمواطنين خلال المرحلة التي يعاد فيها بناء الدولة المصرية على أسس ديمقراطية. وتلك العملية الديمقراطية تأتي من خلال وتعتمد بالأساس على التفاعلات في الساحة السياسية وكيف تؤثر تلك التفاعلات على العملية الانتخابية.

وفي كل هذا يلعب الإعلام دورا هاما فقد يسهم في توضيح الصورة للجمهور أو قد ينجرف في حالات أخرى لحسابات سياسية أو توجهات أو مخاوف من سلطات بعينها وهو ما يجعل لرصد الإعلام أهمية كبرى في مثل هذه المرحلة الحاسمة والفارقة في التاريخ المصري.

ومن العمل في عينة من وسائل الإعلام المصرية حرصت على أن يتوافر بها شرطان هما الانتشار وحجم الجمهور الذي تصل إليه الوسيلة الإعلامية كشرط

أول للاختيار بالإضافة إلى التنوع سواء في التوجهات العامة أو ملكية الوسيلة الإعلامية.

وتتكون العينة التي تم اختيارها من: صحف الأهرام والأخبار والمصري اليوم والشروق والوفد. بالإضافة إلى مواقع اليوم السابع ومصراوي وبوابة الأهرام والبديل. وفي البرامج الحوارية يجري رصد كل من بلدنا بالمصري، على قناة "أون تي في"، والعاشرة مساء على قناة "دريم" بالإضافة إلى برنامج مباشر من مصر الذي تبثه الفضائية المصرية.

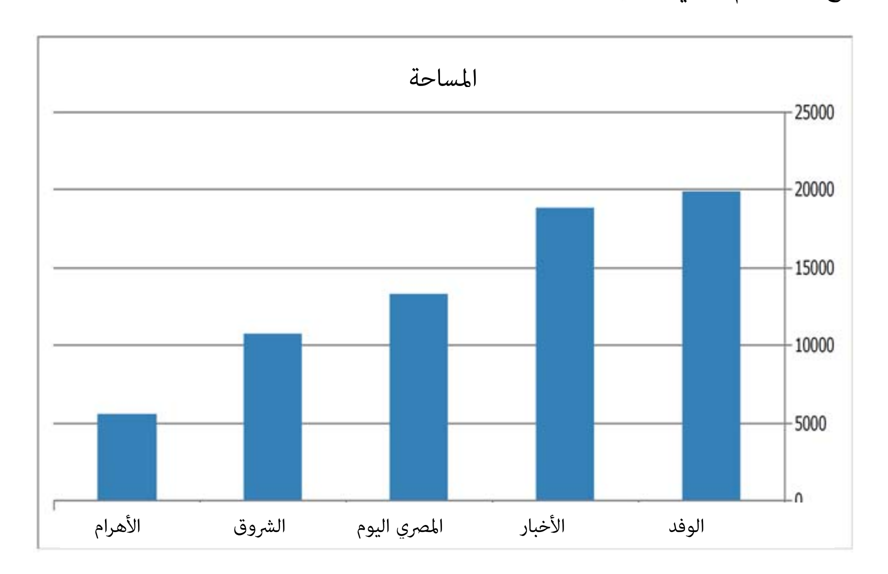
وتتم عملية الرصد والتقييم، بناء على نمطين من القياس: أولا: رصد كمي لقياس المساحات التي تم تخصيصها إعلاميا لمختلف الفاعلين في الساحة القضائية من قضاة ومحامين والمحاكم بدرجاتها المختلفة، أو في المجلس العسكري سواء المجلس بشكل عام أو أفراده. ويكون القياس بالسنتيمتر المربع للصحافة وبالكلمة للمواقع الإلكترونية، وبالثانية للإعلام المرئي.

كما يتم قياس تكرار وتنوع الأبعاد القانونية التي تركز عليها التغطية والقضايا والموضوعات المرتبطة بالقضاء التي يناقشها الإعلام وكذلك عدد المرات التي يتم خلالها رصد المجلس العسكري وكيف يتم تقديمه للقراء وكيفية تناول الإعلام للمجلس وأعضاؤه والأخبار عنهم.

ثانيا: الرصد الكيفي وهو محاولة البحث عن المضامين غير المباشرة التي تنقلها التقارير والتغطيات الإعلامية والعمل على تفسير وتحليل الموضوعات والحقائق المعروضة فيها من خلال استمارة للتحليل الكيفي، تعتمد بالأساس على مدى تكرار الانطباعات المختلفة عن الموضوعات وطريقة التناول ويقوم بإعدادها بالتناوب قرابة 25 راصدا في محاولة لتقليص الانحيازات الشخصية قدر الإمكان.

التغطية الإعلامية للمجلس العسكري في الصحف محل الرصد:

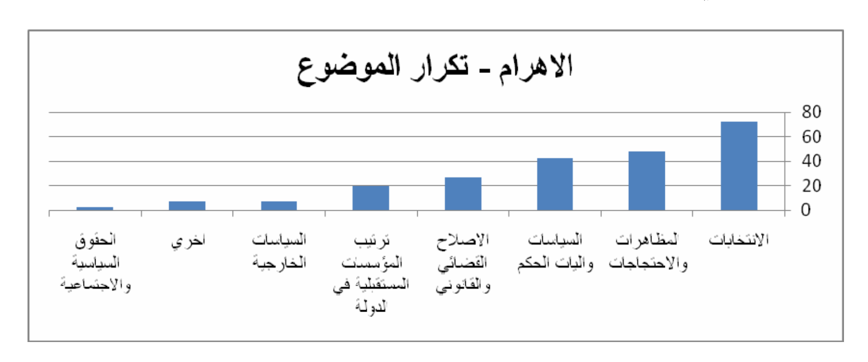
خلال الشهر الماضي، خصصت صحيفة الوفد المساحة الأكبر (19832سنتيمترا مربعا) من التغطية للمجلس العسكري مقارنة بباقي الصحف محل الرصد، تلتها الأخبار (18789سم) ثم المصري اليوم (13234سم) وبعدها الشروق (10693 سم) وأخيرا الأهرام بمعدل (5550 سم ^{2})كما يتضح من الرسم البياني التاليين:



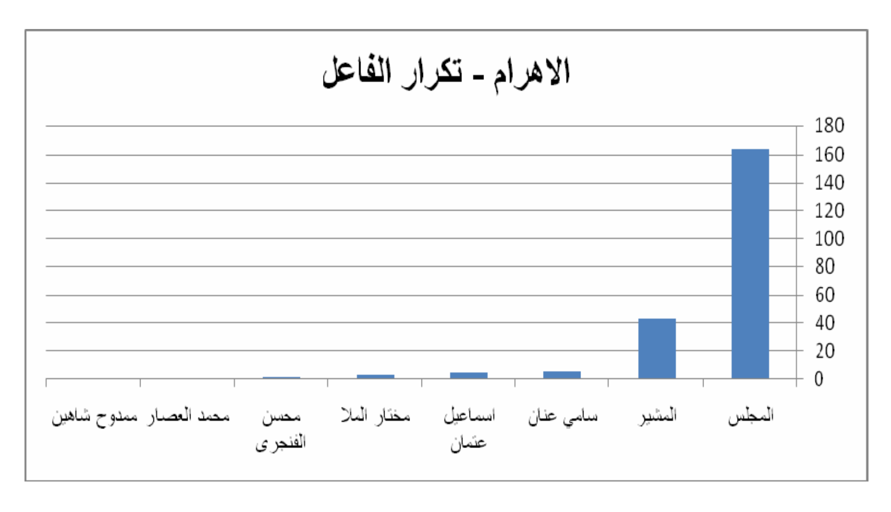
وبالنسبة للموضوعات التي اهتمت الصحف بتغطيتها، اختلف ترتيب الانتخابات على سلم الأولويات في الصحف المختلفة خلال الشهر الماضي، الذي شهد بدء أول مرحلة في أول انتخابات مصرية بعد الثورة. ويشير اهتمام الصحف المختلفة وترتيب الانتخابات التي تأتي في المركز الثاني أو الثالث وليس الأول من حيث الاهتمام في أغلب الأوقات إلى أن المؤسسات الإعلامية تختلف على تقييم

الأولويات للتغطية خلال الشهر الماضي، فمنها من يضع المظاهرات كأولى الأولويات وآخرون يعتبرون الأوضاع السياسية وطريقة الحكم، وهو ما ينعكس على عدد مرات تغطية كل منها للموضوعات المختلفة.

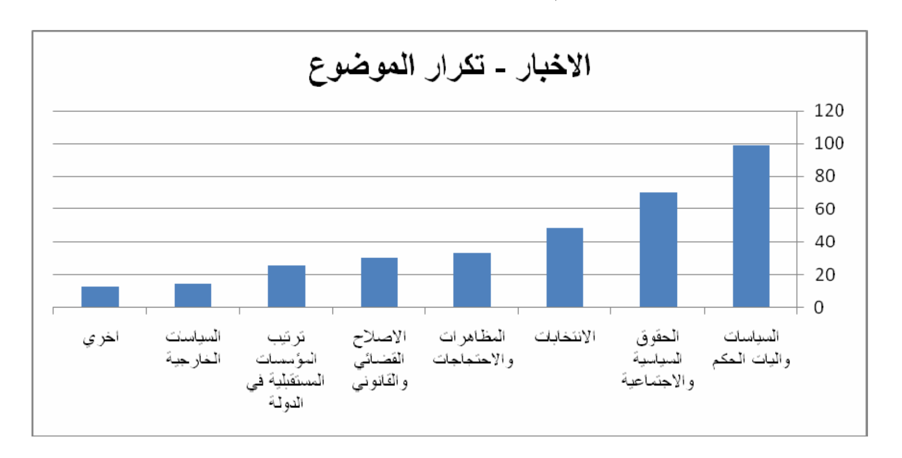
وكانت الأهرام التي حرصت على نقل تغطية مؤيدة للمجلس العسكري أكثر حرصا على تغطية الانتخابات، يليها في الأهمية المظاهرات والاحتجاجات ثم السياسات وآليات الحكم في المركز الثالث ويوضح الرسم البياني التالي اهتمامات الأهرام من خلال الموضوعات التي ركزت عليها أكثر خلال الشهر الماضي:



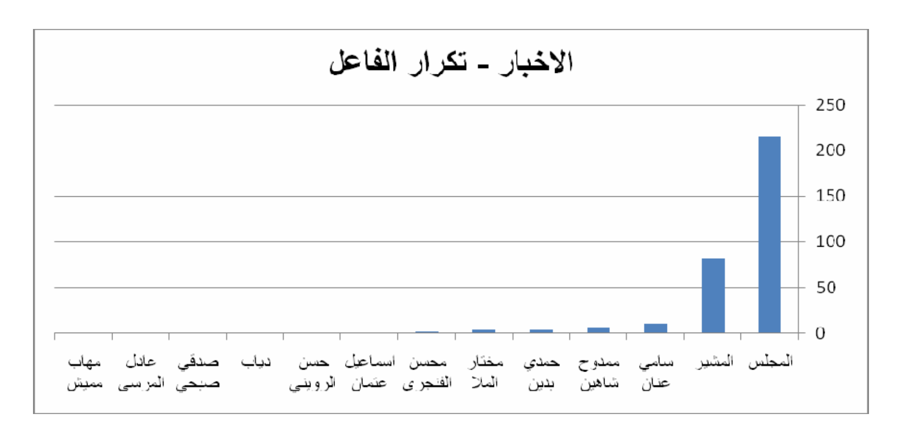
وفيما يتعلق باهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس المصادر في تغطية الأهرام ليحصد قرابة ثلاثة أرباع مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي، ثم الفريق سامي عنان، وبعده اللواء إسماعيل عتمان ثم اللواء مختار الملا. ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الأخبار خلال الشهر الماضي:



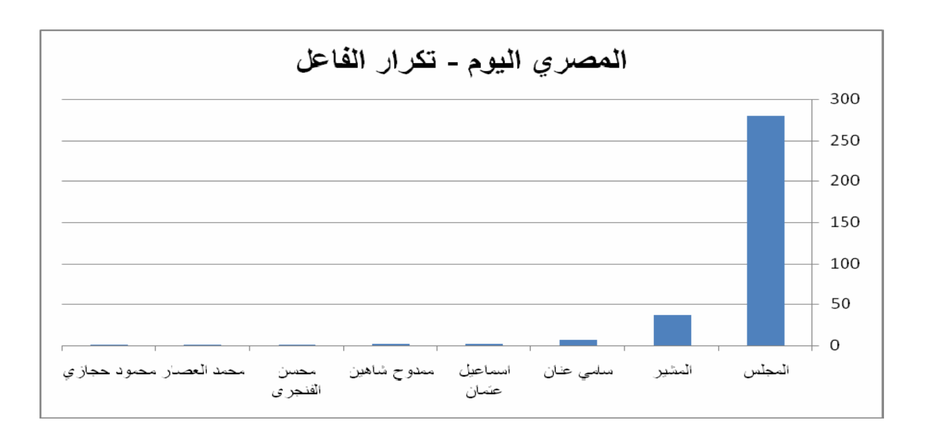
أما الأخبار، التي قدمت تغطية مؤيدة بقوة للمجلس العسكري، فقد وضعت على أولويات تغطيتها خلال الشهر الماضي، السياسات وآليات الحكم، يليها في المرتبة الثانية الحقوق السياسية والاجتماعية لتأتي الانتخابات في المستوى الثالث والمظاهرات في الترتيب الرابع من اهتمام الأخبار وعدد تكرار التقارير والأخبار لتغطية تلك الموضوعات، ويوضح ارسم البياني التالي اهتمامات الأخبار وأي الموضوعات تم التركيز عليها أكثر من غيرها:



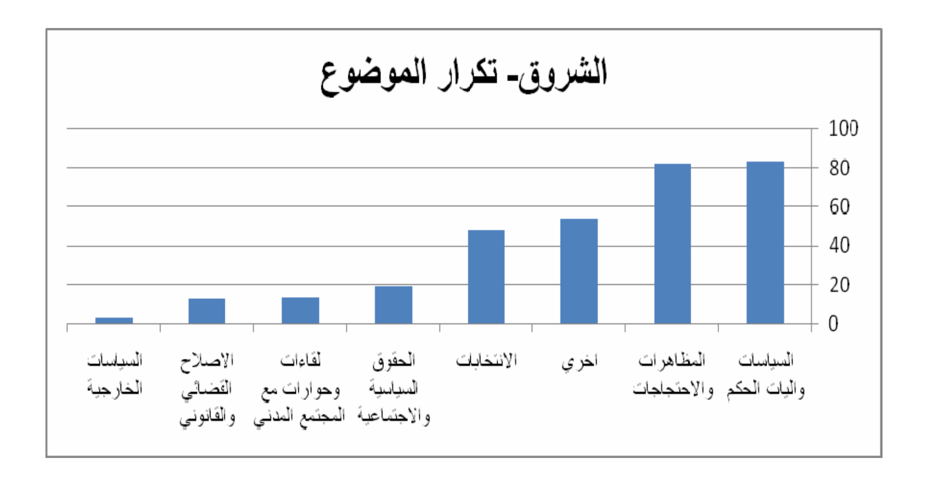
وبالنسبة لاهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس المصادر في تغطية الأخبار ليحصد قرابة ثلاثة أرباع مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي، الذي حصل على ثلاثة أضعاف باقي أعضاء المجلس الذين تم تمثيلهم كمصادر في تغطية الأخبار خلال شهر نوفمبر، يليه الفريق سامي عنان، ثم اللواء ممدوح شاهين يليه اللواء حمدي بدين. ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الأخبار خلال الشهر الماضي:



وفي صحيفة المصري اليوم، كانت الانتخابات في المركز الثاني، خلال تغطية الشهر الماضي، بعد المظاهرات والاحتجاجات، وفي الترتيب الثالث جاءت السياسات الخارجة، يلها الإصلاح القضائي والقانوني، بينما أثيرت مسألة استمرار حالة الطوارئ مرة واحدة. ويوضح الرسم البياني التالي اهتمام المصري اليوم بالموضوعات المختلفة خلال شهر نوفمبر:

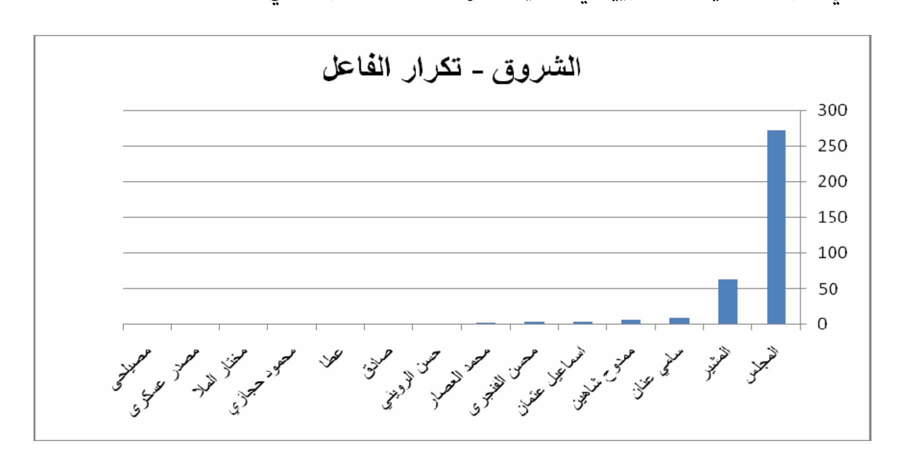


وبالنسبة لاهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس تغطية المصري اليوم ليحصد قرابة أبعة أخماس مساحة الفاعلين العسكريين في التغطية التي نشرتها الصحيفة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي. وفي الترتيب الثالث من الفاعلين العسكريين جاء الفريق سامي عنان الذي كان على رأس عدد من اللقاءات مع القيادات السياسية، ثم اللواء إسماعيل عتمان بعده اللواء ممدوح شاهين ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية المصري اليوم خلال الشهر الماضي:

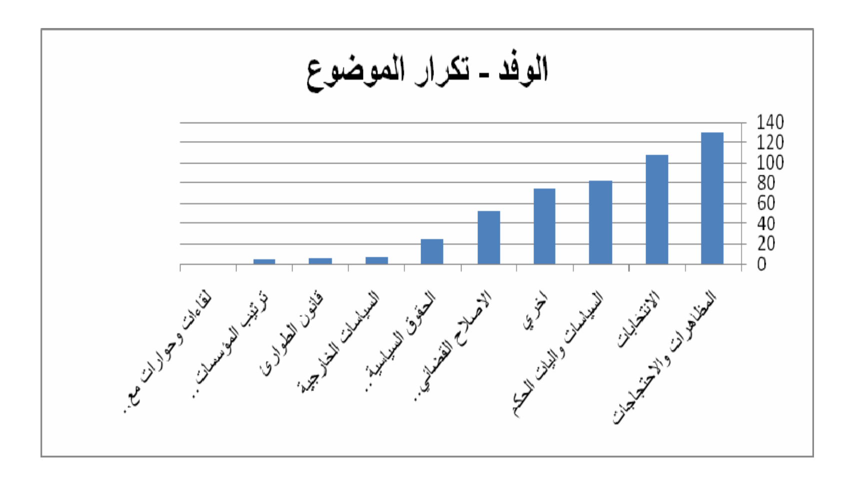


أما في الشروق فجاءت الانتخابات بعد تغطية السياسات وآليات الحكم وأيضا بعد المظاهرات والاحتجاجات، كما أولت الصحفة بعض الاهتمام لموضوعات تناقش الحقوق السياسية والاحتماعية ولقاءات وحوارات المجلس العسكري والمجتمع المدني، وأيضا الإصلاح القضائي والقانوني، وأخيرا خصصت بعض المساحات للسياسات الخارجية.

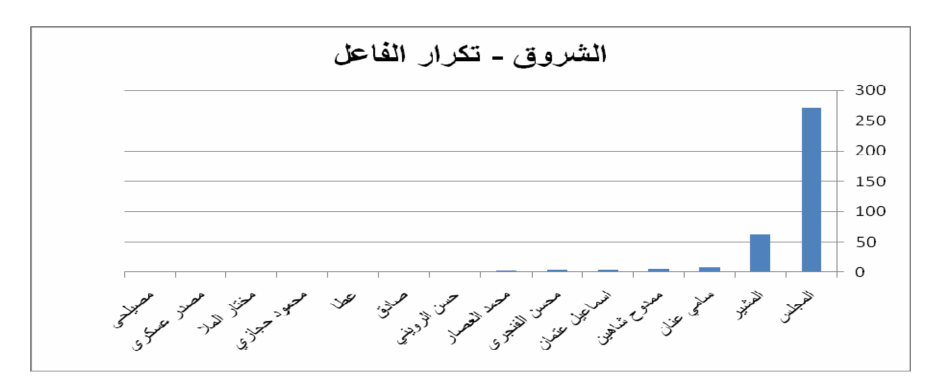
أما فيما يتعلق باهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس تغطية الشروق ليحصد قرابة ثلاثة أرباع التغطية التي نشرتها الصحيفة للمجلس الأعلى للقوات المسلحة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي. وفي الترتيب الثالث من الفاعلين العسكريين جاء الفريق سامي عنان الذي كان على رأس عدد من اللقاءات مع القيادات السياسية، ثم اللواء ممدوح شاهين، وبعده اللواء إسماعيل عتمان ثم اللواء محسن الفنجري. ويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الشروق خلال الشهر الماضي:

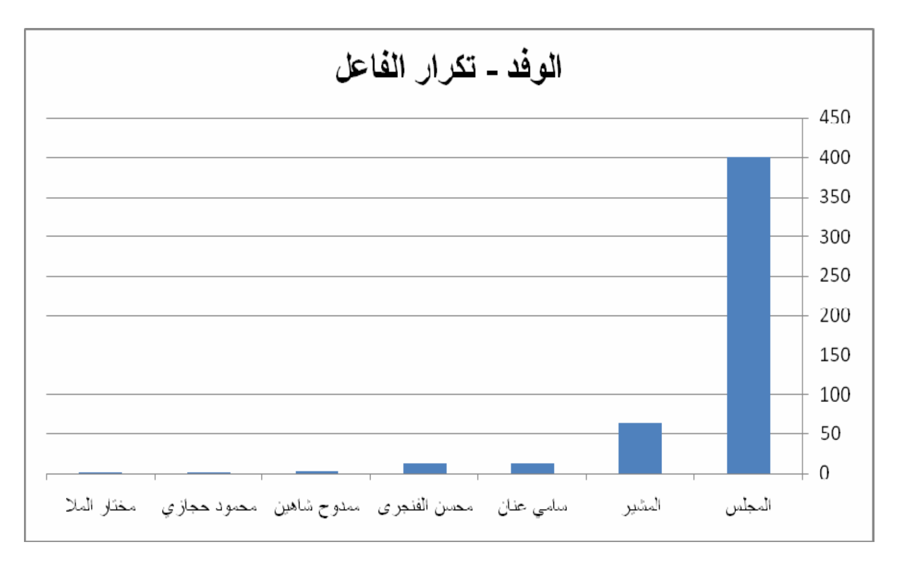


وبالنسبة لصحيفة الوفد، كانت تغطية الموضوعات المتعلقة بالانتخابات في الترتيب الثاني من حيث التكرار والاهتمام طوال الشهر الماضي، بعد المظاهرات والاحتجاجات، ويليهما السياسات وآليات الحكم التي احتلت الترتيب الثالث من اهتمام الوفد لتتعدد الموضوعات بعد ذلك ما بين اهتمامات بإصلاحات قضائية وقانونية، ومناقشة للحقوق السياسية والاجتماعية وأيضا السياسات الخارجية، وقانون الطوارئ وغيرها ويوضح الجدول التالي اهتمامات الوفد خلال الشهر الماضي بمختلف الموضوعات:



وفيما يتعلق باهتمامها بالفاعلين من المجلس العسكري، جاء المجلس ككيان موحد على رأس تغطية الوفد ليحصد قرابة ثلاثة أرباع التغطية التي نشرتها الوفد للمجلس الأعلى للقوات المسلحة، يليه في الترتيب المشير طنطاوي الذي أدلى بعدد من التصريحات وتمت تغطية تصرحاته ومواقفه المختلفة ولقاءاته على سبيل المثال مع مسئولين ليبيين وأمريكيين. وفي الترتيب الثالث من الفاعلين العسكريين وفق تغطية الوفد جاء الفريق سامي عنان ثم اللواء محسن الفنجريويوضح الرسم البياني التالي تكرار الفاعلين العسكريين في تغطية الوفد خلال الشهر الماضي:





وخلال الرصد الكيفي للصحف طوال شهر نوفمبر، اتضح أن جريدة المصرى اليوم انتهجت التغطية الإعلامية الناقدة للمجلس العسكرى، خلال شهر نوفمبر، وظهر ذلك فى 11/2 بتصريح المستشار زكريا عبد العزيز رئيس نادى القضاه الأسبق بأن المجلس العسكرى وراء الأزمة بين القضاه والمحامين واتهام المجلس بالعمل على تأجيل محاكمة رموز النظام السابق، وفي العدد نفسه، نشرت الصحيفة بيان منظمة العدل الدولية تدين خلاله إحالة علاء عبد الفتاح إلى القضاء العسكرى خاصة، وأن قواته كانت جزءا من العنف فى أحداث ماسبيرو وبالتالي لا ينبغي أن يتولى المجلس العسكرى التحقيق فى الوقائع.

وبخلاف ذلك اهتمت الصحيفة بالموقف من وثيقة المبادئ الدستورية التي كان يتولى التفاوض والنقاش حولها نائب رئيس الوزراء الدكتور علي السلمي، ورفض التيارات والأحزاب الإسلامية لها ومقاطعة اجتماع الدكتور على السلمى رفضا لمسودة المبادى الأساسية للدستور.

ومن بين المواقف التي أفردت لها المصري اليوم مساحة على صفحاتها، مقالا لضياء رشوان أكد فيه أن نظرية المؤامرة هيمنت على قطاعات واسعة من النخبة المصرية، محملا المجلس العسكرى مسئولية الاضطرابات. كما اهتمت بإبراز تصريحات محمد سليم العوا فى 11/3 التي اعتبر فيها أن المجلس العسكرى من خلال وثيقه المبادىء "يغتصب سلطة البرلمان، خاصة وأن موادها تعطى للمجلس سلطات واسعة". ومقال حسن نافعة اشار الى ان وثيق التوافق الدستور تحتوى على لغم كبير دسة المجلس العسكري، بالاضافة لتصريحات عصام سلطان رئيس حزب الوسط بان المجلس سيصبح المتحكم فى كل شىء بناء على الوثيقة المقترحة، وتصريحات متحدث باسم حزب الإصلاح حول أن المجلس العسكري والحكومة يستخفان بالمجتمع.

وغيرها الكثير من الآراء الناقدة للوثيقة والمجلس والزج بصلاحيات واسعة للمجلس عبر الوثيقة التي كان الطرح الأساسي من القوى المدنية لها يركز على تنظيم مبادئ وضع الدستور الجديد كعقد جماعي بين كل مكونات الوطن وليس لضمان صلاحيات وسلطات غير محدودة للمؤسسة العسكرية.

كما نشرت الجريدة أخبارا تنقل انتقادات للمجلس العسكري منها خبر بعنوان"معركة المبادىء الدستورية"، تناول بيان الجماعة الإسلامية والتى طالبت فيه المجلس العسكرى بالتبرؤ من وثيقة المبادىء الدستورية التى وصفتها بالمشبوهة، وتصريحات المستشار محمود الخضيرى بأن المجلس تغافل عن عمد إصدار قانون العزل السياسى، وتصريحات محمد سليم العوا مرشح الرئاسة المجلس العسكرى بعنوان" وثيقة السلمى ديكتاتورية" حيث طالب المجلس العسكري بأن ينفى صلته بوثيقة مبادئ الدستور معتبرا أنها عمل يعرقل الانتخابات.

وفي الثامن من الشهر نفسه، جاءت الأخبار لتؤكد التغطية الناقدة للمجلس فيما يتعلق بالوثيقة وأيضا بالمحاكمات العسكرية وخاصة، قضية علاء عبد الفتاح، ومنها خبر بعنوان" الإسلاميون يواصلون الحشد لمليونية ضد الوثيقة"، تناول تصريح وحيد عبد المجيد الذى أكد فيها رفض البند الخاص بمعايير اختيار اللجنه التأسيسة والذى أعطى المجلس العسكري حق تشكيلها وآخر بعنوان: "صحف أجنبية: علاء عبد الفتاح كبش فداء" نقلت فيه المصري اليوم عن جارديان أن استهداف علاء ما هو إلا جزءا من استهداف منهجي للصحفين والنشطاء من قبل المجلس العسكرى.

بالإضافة إلى ذلك نشرت الصحيفة خلال الشهر الماضي العديد من المقالات الناقدة للمجلس من بينها مقال مامون فندى فى 11/9 بعنوان "مصر لعبة الثلاث ورقات" انتقد فيه العسكري والإعلان الدستورى. ومقال حسن نافعة بعنوان" هدم أم انقلاب" أكد فيه أن المجلس تراخى فى إصدار التشريعات اللازمة لتحقيق أهداف الثورة. ومقال لخالد السرحانى فى 11/18 بعنوان: "متى ينتهى إضراب رجال الشرطة" أكد فيها أن المجلس لم يقم بإعادة هيكلة جهاز الشرطة متعمدا. ومقال محمود خليل فى 11/20 بعنوان"الوارثون" والذي أكد فيه أن المجلس العسكري لم يرفع سيف المحاكمات العسكرية عن رقاب الثوار.

وخلال الشهر نفسه، كانت "الأهرام" الحكومية تقدم تغطية مؤيدة للمجلس العسكري، وهو ما ظهر من خلال نقلها للأخبار ونشر المقالات المؤيدة والتي تبرر موقف المجلس.

وعلى سبيل المثال مقال 11/1 لأحمد كامل مرتجى بعنوان"بدائل المجلس العسكرى" أكد فيها أن المجلس هو الأحق والأجدر لقيادة المرحلة الحالية للبلاد، وهي النغمة نفسها التي تم الترويج لها قبل رحيل مبارك، حيث

التساؤل الذي كان يردده الإعلام الرسمي على الدوام: من يأتي بعد مبارك؟ والتأكيد على عدم وجـود بدائل وأن الدولة تنتهي بنهاية حكمه، وهو الأمر الذي كرره الإعلام الرسمي مع المجلس العـسكري خلال الشهر الماضي، الـذي تـصاعدت خلالـه الانتقـادات بـسبب الوثيقـة والـسلطات التـي يرغـب المجلس في تجميعها في يد المؤسسة العسكرية، بخلاف القتل والاعتداء الـذي حـدث ويحـدث ضـد المتظـاهرين والمحتجـين مـن قمـع ومحـاكمات عـسكرية، تـم اسـتبدال بعـضها مؤخـدا بمحـاكمات استثنائية أخرى أمام نيابات ومحاكم أمـن الدولـة التـي تعتمـد عـلى قـانون الطـوارئ الـذي رفـض المجلس حتى الآن تعليق العمل به.

ومن المقالات التـي نـشرتها الأهـرام خـلال الـشهر المـاضي، وتوضـح التأييـد الكامـل مـن المؤسسة المملوكة رسميا للشعب للمجلس العـسكري مقـال فـاروق جويـدة 11/4 بعنـوان"وكانـت مصر قبل كل شيء"، انتقد فيها عدم توافق القوى الـسياسية مـع المجلـس العـسكرى عـلى حـساب الدولة، ومقال 11/8 لفاطمة الزهراء بعنوان" عندما يكون الحـوار غـير متكـافى" دعـت فيـه لحـوار متكافئ بين القوى السياسية و المجلس العسكرى.

ومقال عبد المنعم سـعيد فى 11/9 بعنـوان" الانتخابـات والأمـن القـومى" أبـرز فيـه دور المجلس العسكرى فى حماية البلاد وإداراتها، ومقال للكاتب نفسه يوم 11/10 بعنوان" النقاط فـوق الحروف وتحتها" شرح فيها المواد الدستورية وموقف القوات المسلحة فى الدستور الجديد.

وثالث فى 11/19 بعنوان" صناعة المـستقبل" أكـد فيهـا عـلى ضرورة الانـصياع لتعلـيمات العسكرى فى الفترة الحالية من أجل النجاح فى إدارة البلاد.

ومن بين الأخبار التي حرصت الأهـرام عـلى إبرازهـا، خـبرا نـشرته يـوم 11/2 بعنوان" المشير طنطاوى يلتقـى بعبـد الجليـل لـدعم التعـاون بـين مـصر

وليبيا"، وخبر بتاريخ 11/16 بعنوان"دعم كامل لـوزارة الداخليـة فى تـأمين الانتخابـات" أبـرز الخـبر الدور الذى يلعبه المجلس العسكرى لتأمين الانتخابات البرلمانية القادمة وتعمدت الصحيفة بشكل عام نشر الأخبار التى تبرز إيجابية المجلس وتتجاهل انتقادات الثوار للمجلس العسكرى ومطـالبهم بتسليم السلطة.

وعلى نهج الأهرام، كانت تغطية صحيفة الأخبار، مؤيدة فى تغطيتهـا للمجلـس، وهـو مـا ظهر من خلال ما تهتم بنشره من أخبار ومقالات رأي، وعلى سبيل المثال: خبر نـشرته في يـوم 11/3 بعنوان: "الفريق سامى عنان نعمل لإقامة دولة مدنيـة لا فـرق فيهـا بـين مـسلم ومـسيحى" وآخـر عنوانه: "إصدار المشير طنطاوى قرار بالعفو عن 334 مـسجونا صـدرت ضـدهم احكـام نهائيـة"، في محاولة لتقديم أعضاء المجلس باعتبارهم الحامين لمدنية الدولة وحقـوق المواطنـة وأيـضا الاهـتمام حتى بالسجناء الذين أدينوا بأحكام قضائية كما يتضح الانحياز من التركيز يـوم 11/4 حـول تقـديم المجلس باعتباره "يبحث السماح للمصريين بالتصويت خارج مصر"، وجاءت أخبـار 11/5 بهـا تهـانى بمناسبة عيد الأضحى و منها خبر بعنوان"عصام شرف يهنىء المشير وعنـان بحلـول بعيـد الأضـحى"، وهو الخبر الذي يمكن القول بأنه "لا قيمة مهنية له على الإطلاق"، وفي 11/6 نشرت الـصحيفة خـبر مشابه بعنوان: "تبادل المـشير برقيـات التهنئـة مـع أمـراء الـدول العربيـة بمناسـبة عيـد الأضـحى"، وصبيحة يوم 11/7 أبرزت الأخبار تقريرا بعنوان: "المشير طنطاوى وعصام شرف يؤديان صلاة العيـد بمسجد القوات المسلحة".

ووسط كـل المـشكلات المحليـة والإقليميـة أبـرزت الـصحيفة الحكوميـة خـبرا في عـددها الصادر يوم 11/11 بعنوان: "المشير طنطاوى يهنىء رئيس انجولا بالعيد القومى لها".

وفي محاولة لتهدئة الغضب المتصاعد في الشارع بسبب وثيقة المبادئ الدستورية والسلطات الواسعة المقترحة للمؤسسة العسكرية في الدستور الجديد اهتم الإعلام الرسمي، وبالطبع صحيفة الأخبار، بنشر معلومات عن اقتراب المجلس العسكرى من إصدار تشريع باستبعاد رموز وقيادات الحزب الوطني المنحل وعزلهم من الحياة السياسية.

ومع اقتراب الانتخابات، كانت التغطية بشكل عام تشمل إشادة بأي شيء يتعلق بالمجلس العسكري حيال العملية الانتخابية، واتهامات لمن يدعون لمقاطعة الانتخابات، رغم ضعف أصواتهم، مثل اعتبار أن هذه الدعوات محاولة "للوقيعة بين المجلس العسكري والقوى السياسية"، ومحاولة لعرقلة المسار الديمقراطي وغيرها من الاتهامات والإشارات إلى الأصابع الخارجية والتدخلات.

ومن بين الأخبار التي حرصت من خلالها الصحيفة على تقديم إيجابي للمجلس خبرا في عددها يوم 11/16: بعنوان"المشير فى اجتماعة بمجلس الوزراء: إجراء الانتخابات خطوة رئيسية لبناء مصر الديمقراطية"، وآخر بعنوان"المشير طنطاوى يلتقى وقائد القيادة المركزية الامريكية حيث أشاد بإتاحة الفرص للمنظمات العالمية بمتابعة الانتخابات البرلمانية".

وفى 11/23 قامت الجريدة بتغطية إيجابية للمجلس رغم الاحتجاجات القوية في الميادين المصرية، والتي تطالب بتسليم الحكم لسلطة مدنية وعودة الجيش إلى ثكناته.

واهتمت الأخبار بالتركيز على خطاب المشير طنطاوي وكذلك على اتفاق الفريق عنان مع 12 من رؤساء الاحزاب و المرشحين للرئاسة على جدول لتسليم السلطة، وتجاهلت الأخبار أن كثير من الأحزاب رفضت لقاء الفريق عنان أو لم تتم دعوتها للقاء. كما تجاهلت أن المتظاهرين الذين خرجوا ضد

سياسات المجلس والصمت على قتل المتظاهرين بل والتورط فيه، لا يتبعون تلك الأحزاب ولا تمثلهم.

أما جريدة الشروق فحرصت فى تغطيتها الإعلامية على تغطية الأخبار والآراء الناقدة بالمجلس، مثل تحذير الجمعية الوطنية للتغير من "موجة عنف خلال الانتخابات"، وانتقادها المجلس عن الاستجابة لمطالب الثوار والمطالبة بإلغاء الطوارىء، ونشرت يوم11/8 تقريرا بعنوان: "السلمى وضع نفسه فى موقف مثير للجدل.. والوسط: العسكرى يريد أن يسيطر على الحكم بشكل غير مباشر" كما نشرت تغطية لوقفة احتجاجية فى طلعت حرب لمطالبة العسكرى بتسليم السلطة".

كما نقلت ردود أفعال بعض مرشحى الرئاسة المحتملين على الوثيقة وفي إطار الحشد لمليونية لرفضها، من بينهم عبد المنعم أبو الفتوح وانتقاده للمجلس العسكري ووصفة بالفاشل، ومحمد سليم العوا الذي أشار إلى أن المجلس يعمل بلا رقيب، مهددا بالعصيان المدنى ردا على ضبابية العسكري.

وبعدها اهتمت الصحيفة بنشر أخبار الانتقادات لتصريحات المشير وشاهين حول الجيش والبرلمان، وصلاحياته وحول الاعتداء على المتظاهرين في التحرير.

ومن بين المقالات التي نشرتها الشروق، مقال أحمد يوسف أحمد فى 11/3 بعنوان" ضد التيار افكار حول النقل الفورى للسلطة الى القوى الوطنية" انتقد فيها أداء المجلس العسكرى خلال المرحلة الانتقالية. ومقال 11/6 لوائل قتديل بعنوان: "النصب على الشهداء ومصابى الثورة"، ومقال سيد قاسم المصرى فى 11/7 بعنوان" رسائل إلى المجلس العسكرى: أيها الاستبداد أبشر بطول سلام فى مصر"، وفى 11/13 نشرت مقال معتز عبد الفتاح بعنوان: "إدارة البلاد على

غير صالح العباد". وفى 11/17 مقال عماد الدين حسين بعنوان: "مصر تحتاج كبيرا" تدور حول الانفلات الأمني ومسئولية المجلس العسكري.

أما بالنسبة لصحيفة الوفد، فحاولت أن تعطي انطباعا محايدا وركزت على "إيجابيات" المجلس والخطوات التي يقرها، وعلى الجانب الآخر تفسح مساحة لنشر بعض الانتقادات.

ظهر ذلك فى خبر 11/5 بعنوان" دعوى قضائية تطالب الجيش بالإشراف على الانتخابات وترشيح العسكرى للرئاسة"، وفى 11/10 نشرت الوفد نص المبادىء الاساسية لاختيار الدستور ونص تعديلات المادتين 9 و 10 من وثيقة السلمى. واهتمت بالدفاع عن موقف السلمي كما قدمت تغطية قوية لمظاهرات العباسية المؤيدة للمجلس العسكري.

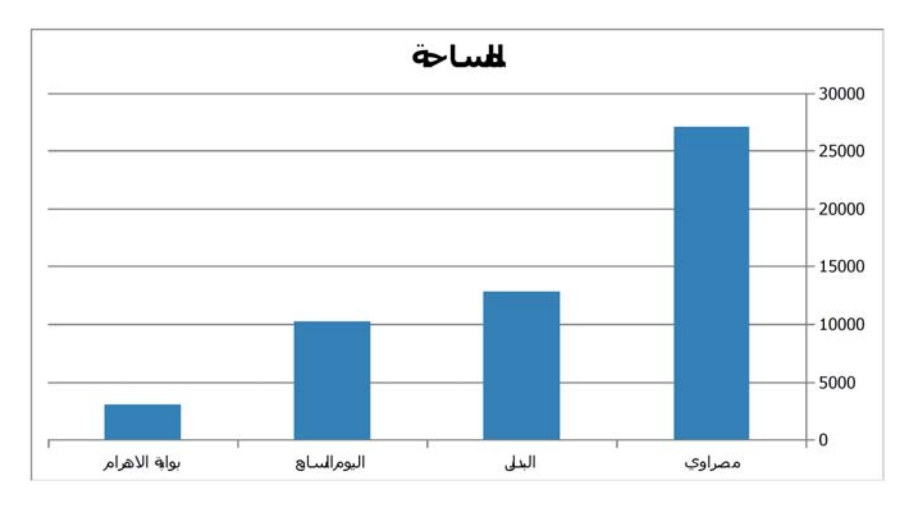
وكانت الوفد هي مصدر الشرارة الأولى لاعتقال علاء عبد الفتاح واتهامه بسرقة سلاح وقتل جندي بالجيش، من خلال مقال نشرته حنان خواسك، التي طالبت في مقال آخر بتاريخ 11/14 المجلس العسكرى بتحمل المسئولية كاملة مؤكدة على قدرته على ذلك داخليا وخارجيا.

وعلى الجانب الآخر، نقلت الوفد انتقادات حازم صلاح أبو إسماعيل للمجلس العسكرى و"توعده" بمليونية 18 نوفمبر، ونشرت مقالا لأسامة أبو طالب فى 11/8 اعتبر فيه أن المجلس العسكرى هو المتسب فى المظاهرات والانفلات الأمني. واهتمت بتغطية مظاهرات التحرير والاعتصام والانتقادات التي وجهها المعتصمون والمحتجون للمجلس العسكري.

التغطية الاعلامية للمجلس العسكرى فى المواقع الالكترونية

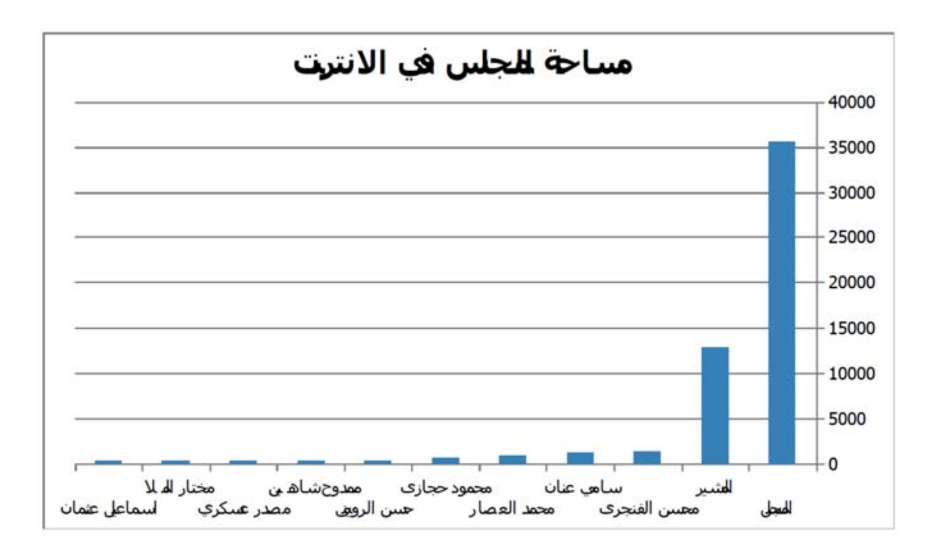
في المواقع الإليكترونية، كان موقع مصراوي هو الأكثر تغطية للمجلس العسكري خلال ساعات الرصد طوال شهر نوفمبر بمعدل تخصيص 27096كلمة يليه موقع البديل (12797كلمة) ثم اليوم السابع (10217كلمة) وأخيرا بوابة الأهرام (3047كلمة).

ويوضح الرسم البياني التالي هذه النسب التي تم رصدها على مدار الشهر ولمدة ثلاث ساعات يوميا من التحديث في كل موقع من العينة محل الرصد:



أما بالنسبة لعدد الكلمات التي تم من خلالها تغطية الفاعلين العسكريين (المجلس ككيان وكل أعضائه بأسمائهم) فكانت المساحة الأكبر من التغطي من نصيب المجلس العسكري بمعدل 35472كلمة يليه المشير طنطاوي بمعدل 12872كلمة ثم اللواء محسن الفنجري الذي كان مصدرا في تغطيات خصصت لها المواقع محل الرصد 1257كلمة يليه اللواءات سامي عنان (1173كلمة) ومحمد العصار (832كلمة) ثم محمود حجازي وحسن

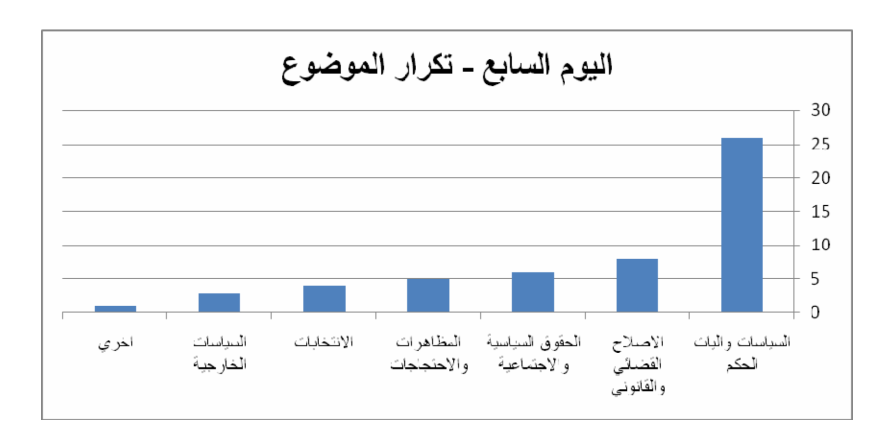
الرويني وممدوح شاهين ومختار الملا واسماعيل عتمان وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي:



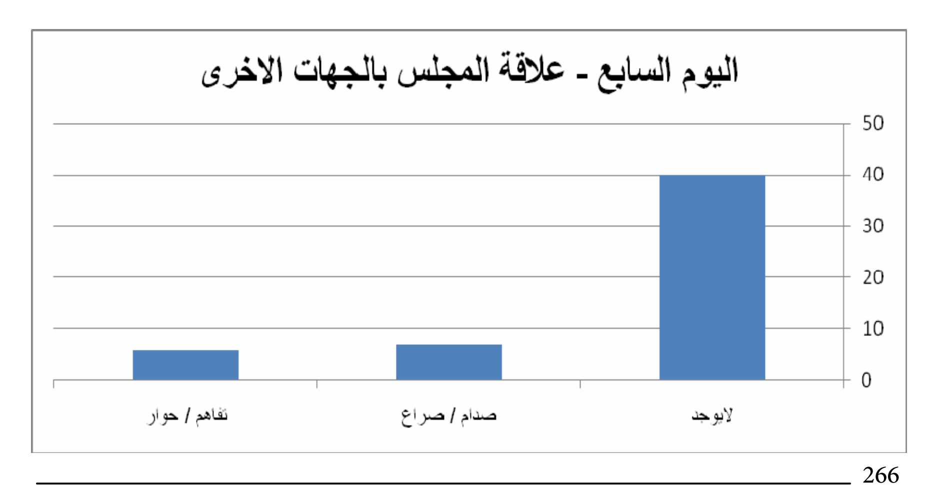
وبالنسبة للموضوعات التي ركزت عليها تغطيات المواقع الإلكترونية المختلفة يتضح تراجع ترتيب الانتخابات في التغطية المتعلقة بالمجلس العسكري والتي بدأت في نهاية شهر نوفمبر، واختلف ترتيب الاهتمام بها من موقع لآخر.

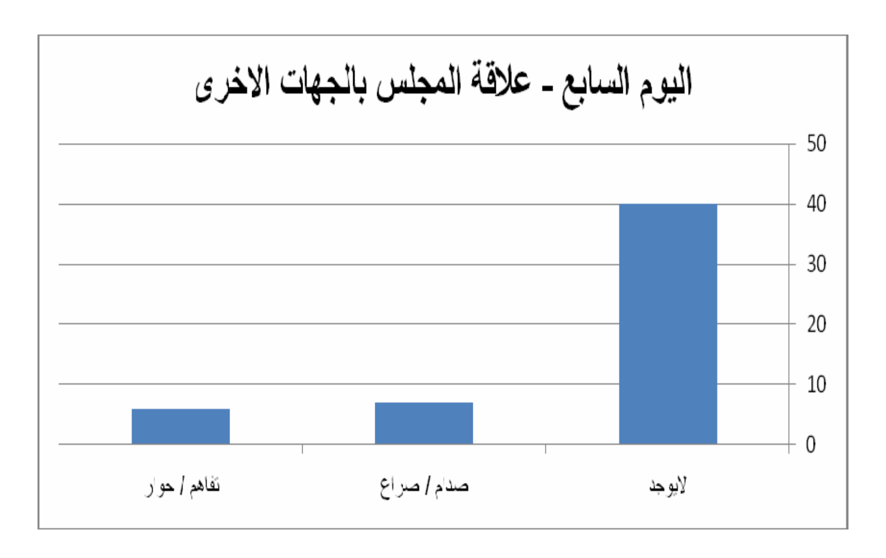
ففي موقع اليوم السابع اتضح من خلال الرصد الكمي أن السياسات وآليات الحكم، جاءت على رأس الاهتمامات يليها الإصلاح القضائي والقانوني ثم الحقوق السياسية والاجتماعية وفي الترتيب الرابع جاءت المظاهرات والاحتجاجات، تليها الانتخابات في الترتيب الخامس من حيث تكرار عدد الأخبار التي تناقشها.

ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام اليوم السابع بمختلف الموضوعات:

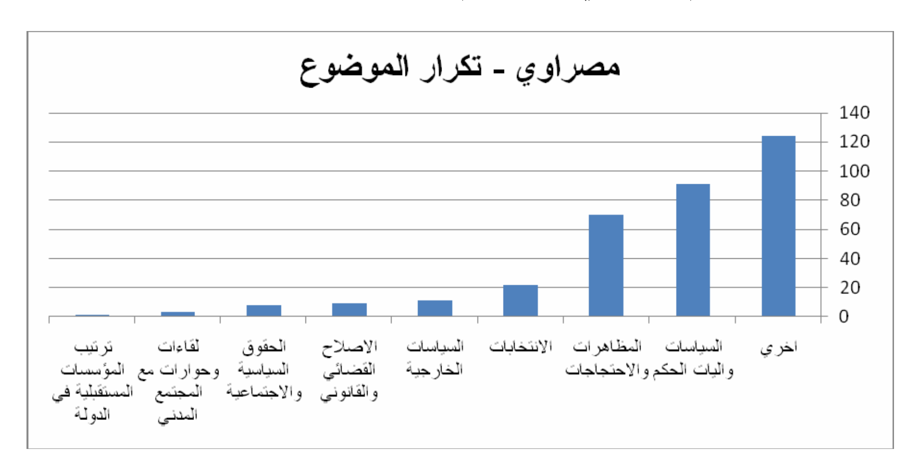


وبالنسبة لتغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية اليوم السابع أميل للتركيز الأخبار التي لا تشمل جهات أخرى مع المجلس وبالتالي لا يوجد بها أي نوع واضح من العلاقات، بينما يليه في الترتيبين الثاني والثالث وبمعدل متقارب للغاية تأتي الأخبار والتقارير التي يعكس خلافا أو صداما، وتلك التي تعكس تفاهما أو حوارا بين المجلس والجهات الأخرى التي يتم تغطيتها في الخبر وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي:

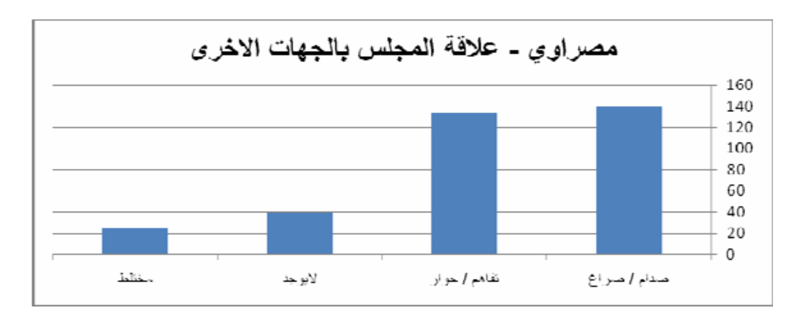




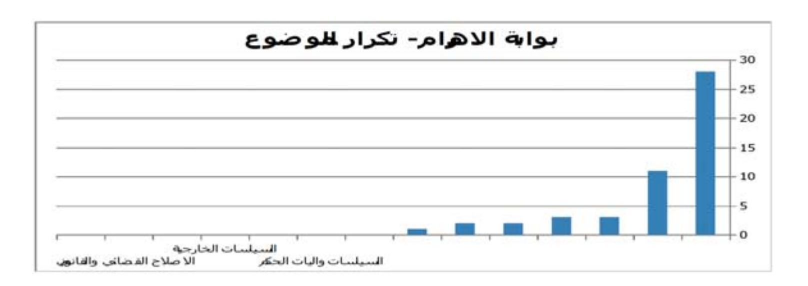
وفي موقع مصراوي، جاءت أيضا السياسات وآليات الحكم، على رأس الاهتمامات يليها المظاهرات والاحتجاجات، ثم الانتخابات في الترتيب الثالث من حيث تكرار عدد الأخبار التي تناقشها. ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام موقع مصراوي بمختلف الموضوعات:



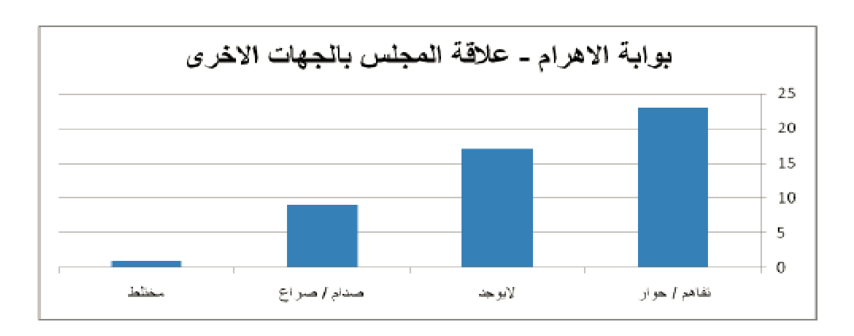
وفي إطـار تغطيـة علاقـة المجلـس العـسكري بالجهـات المختلفـة في الدولـة مـن حكومـة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية مصراوي أميـل للتركيـز المتـوازن على كل من الأخبار التي تعكس الاختلاف أو الصدام بين المجلس وباقي الجهات، يليه بفارق ضـئيل جدا الأخبار والتقارير التي تعكس نوعا مـن الحـوار أو التفـاهم بـين المجلـس وبـاقي الجهـات، وفي الترتيب الثالث جاءت الأخبار التي لا تشمل جهات أخرى مع المجلس وبالتالي لا يوجد بهـا أي نـوع واضح من العلاقات، وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي:



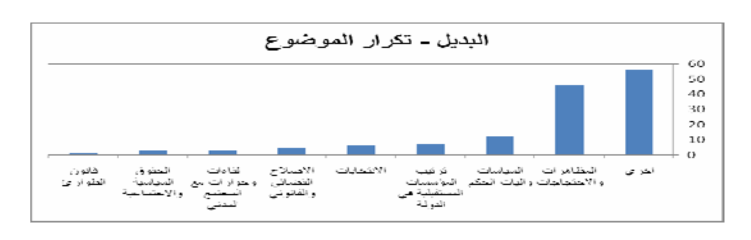
وبعكس الأهرام الورقيـة، التـي تـصدرت الاهتمامـات فيهـا تغطيـة الانتخابـات وعلاقتهـا بالمجلس العسكري، تراجع اهتمام بوابة الأهرام بعلاقة المجلس بالانتخابات لتأتي في الترتيـب الرابـع من الاهتمام بعـد الـسياسات وآليـات الحكـم، والمظـاهرات والاحتجاجـات، والـسياسات الخارجيـة. ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام بوابة الأهرام بمختلف الموضوعات لدى تغطيتها للمجلـس العسكري خلال شهر نوفمبر:



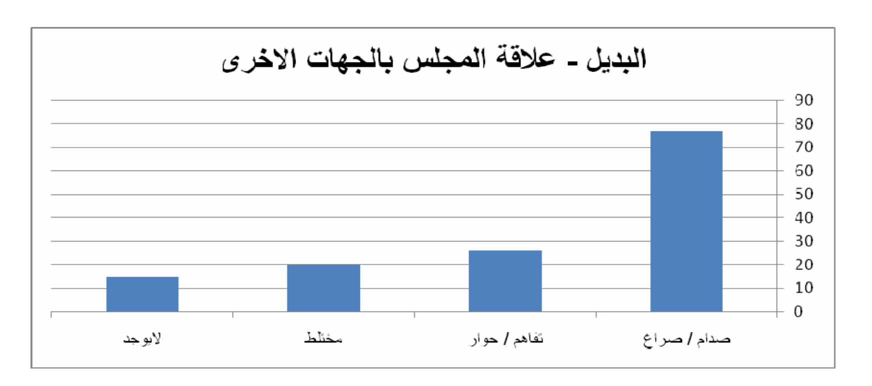
وفي إطار تغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية بوابة الأهرام أميل للتركيز على الأخبار التي تركز على الحوار أو التفاهم بين المجلس وباقي الجهات، أو أخبارا لا تشمل جهات أخرى مع المجلس وبالتالي لا يوجد بها أي نوع واضح من العلاقات، ليأتي في الترتيب الثالث الأخبار التي تعكس صداما أو خلافا مع المجلس، وفق ما يوضحه الرسم البياني التالي:



وبالنسبة لموقع البديل، جاءت الانتخابات وعلاقتها بالمجلس العسكري، في الترتيب الرابع كما هو الحال في بوابة الأهرام، بينما جاءت المظاهرات والاحتجاجات في الترتيب الأول بفارق كبير عن باقي الموضوعات المختلفة، وفي المركز الثاني كان الاهتمام بالسياسات وآليات الحكم، يليه ترتيب المؤسسات المستقبلية في الدولة. ويوضح الرسم البياني التالي نسب اهتمام البديل بمختلف الموضوعات لدى تغطيته للمجلس العسكري خلال شهر نوفمبر:



وفي إطار تغطية علاقة المجلس العسكري بالجهات المختلفة في الدولة من حكومة ومتظاهرين ومجتمع مدني سواء منظمات أو أحزاب، كانت تغطية البديل أميل لتقديم الأخبار التي تشمل صراعا أو تضادا في الإرادات بين المجلس العسكري وباقي الجهات وهو ما شكل قرابة نصف تغطية الموقع للمجلس العسكري خلال نوفمبر، وجاء في الترتيب الثاني علاقة الحوار أو التفاهم بين المجلس وباقي القوى ويوضح الرسم البياني التالي علاقة المجلس بالجهات الأخرى في الدولة كما ظهر في تغطية البديل:



وخلال الرصد الكيفي الذي اعتمد بالأساس على تجميع الانحيازات المختلفة طوال الشهر، اتضح أن موقع البديل اعتمد على الأسلوب النقدى لأداء المجلس العسكري، ويتضح ذلك في المقالات التي يهتم الموقع بنشرها، مثل مقال وليد عثمان في أول نوفمبر الذي اعتبر فيه أن المجلس العسكرى تسلم مصر فى فبراير وطنا موحدا وحولها إلى فرق. ومقال لهشام سلماوي أكد فيه أن ثمانيه أشهر من المماطلة والتسويف والطوارىء جعلت الكثير يرى أن المجلس العسكرى لن يسلم السلطة، ومقال آخر للكاتب نفسه بعنوان "العسكري سيد قراره"، و مقال لوفاء إسماعيل بعنوان" البيعة للعسكر فوق جبل عرفات" وآخر لنادر فرجانى بعنوان" هل يعانى المجلس الأعلى للقوات المسلحة من الفصام".

هذا بالإضافة إلى نوعية الأخبار التي ينشرها الموقع، والتي اتضح من خلال الرصد الكمـي أنها تعبر عن علاقات تصادم أو خلاف بين المجلس والجهات الأخرى التي تتحدث عنها الأخبار، كـما هو الحال بالنسبة لتصريحات خالد السيد ممثل ائتلاف شـباب الثـورة الـذي طالـب فيهـا المجلـس العسكرى بسرعة إنهاء الفترة الانتقالية و تسليم البلاد لهيئة مدنية منتخبة. وخبرا نشره الموقع يـوم 11/3 بعنوان" الغضب الثانية وحملة أبو إسماعيل يحشدان لمليونية 18 نوفمبر.. ودعوات الاعتصام مفتوحة حتى رحيل العـسكري"، واختـارت البـديل بعكـس غيرهـا مـن المواقـع أن تـبرز الهتافـات المناهضة للمجلس العسكري في عناوين تغطياتها للمظاهرات المختلفـة مثـل: "المئـات يـشاركون فى مسيرة دوران شبرا لدار القضاه و يهتفون يسقط يسقط حكم العسكر"، و"وقفه احتجاجيـة لمـصابى الثـورة بـالتحرير يحمـل العـسكرى مـسئولية عـدم علاجهـم ورفـدهم مـن وظـائفهم". و"مليونيـة للمطالبه برحيل المجلس العسكرى"

واستمر تركيز البديل على رفض المحاكمات العسكرية للمدنيين ومن بين التغطيـات خـبرا نشره الموصع يوم 11/6 بعنوان: "الناشطة من سـيف تتحـدث عـن محاكمـة عـلاء ولا للمحـاكمات العسكرية و ثورة أمهات المعتقلين و كشوف العذرية". بالإضافة إلى التغطية المستمرة لمحاكمة علاء سيف وإضراب والدته عن الطعام ثم قبوله الرد على محكمة أمن الدولة العليا طوارئ، والدفاع عن نفسه باعتبارها محكمة مدنية رغم كونها استثنائية.

وقام الموقع بتغطية أحداث التحريـر والهجـوم عـلى المتظـاهرين وجـاءت عنـاوين الأخبـار مثـل: "مطالبـة المتظـاهرين بمحاكمـة المـسئولين عــن الهجـوم وإسقاط المجلس العسكرى" و"العفو الدوليـة: العـسكرى فـشل فى الوفـاء بوعـوده ومـسئول عـن قائمـة مـن الانتهاكـات تجـاوزت سـجل مبـارك" و"أبـو إسـماعيل فى

رسالة للمشير وعنان: مفيش قدامكوا غير أن تركبوا الطائرة وتمشوا"، بالاضافة لاخبار تناولت نقد ادارة المجلس العسكرى للازمة.

أما موقع اليوم السابع، فاكتفى بعرض الأخبار المتعلقة بالمجلس العسكرى بشكل محايد وظهرت الأخبار غير الناقدة فى خبر 11/2 بعنوان إصدار المشير قرار بالعفو ل 344 شخصا ، وفى 11/6 اهتم الموقع بفرد مساحات لتهنئة القوات المسلحة للشعب المصرى بعيد الأضحى.

وفي مواقف أخرى تعكس تأييدا أو موقفا إيجابيا مثل خبرا بعنوان" المشير يبحث دعم التعاون مع ليبيا خلال لقائه برئيس المجلس الانتقالى"، والأخبار عن تكوين عمرو موسى مجلسا استشاريا يضم عددا من مختلف القوى السياسية وممثلين من المجلس العسكري، وبالنسبة للأخبار الناقدة للمجلس، نقل الموقع تصريحات ومواقف بعض القوى مثل تصريح محمد مرسى رئيس حزب الحرية والعدالة والتي اتهم فيها العسكري بتجاهل الاستفتاء، وخبرا بعنوان" تايمز: القضاء العسكرى يتحدى شباب الثورة" واتهمت الصحيفة وفقا للموقع المجلس العسكرى بالسيطرة على المرحلة الانتقالية. هذا بالإضافة إلى تغطية لوقفات مختلفة في عدد من عواصم العالم للتضامن مع المتظاهرين في التحرير ومن أجل استكمال الثورة بعنوان: "عواصم العالم تشهد اليوم العالمى للتضامن من اجل الدفاع عن الثورة المصرية".

وفيما يتعلق بانحيازات ونوعة الأخبار التي نقلها موقع بوابة الأهرام خلال شهر نوفمبر، عرض الموقع كافة الآراء والأخبار الخاصة بالمجلس العسكري، وخاصة الإيجابية منها حتى وإن كانت أخبارا غير هامة. ومن بين ما نشره الموقع خبرا بعنوان: "عبد الجليل في القاهرة فى أول زيارة له بعد مقتل القذافى"، ونقل فيها الموقع أن رئيس المجلس الانتقالي الليبي التقى بالمشير

طنطاوى لبحث سبل تفعيل العلاقات بين البلدين، دون تفاصيل عن اللقاء أو معلومات عن "تفعيل العلاقات" وطريقتها. وأيضا خبرا بعنوان: "المشير يهنىء القوات المسلحة بمناسبة حلول عيد الأضحى"و "المشير طنطاوى يتبادل التهانى مع ملوك الدول بمناسبة عيد الأضحى" و "المجلس الاعلى للقوات المسلحة يهنىء الشعب المصرى بعيد الاضحى المبارك" و "المشير طنطاوى يهنىء رئيسة ليبريا بإعادة انتخابها" و"برقيات شكر وثقه للمجلس العسكرى من مصريين بأمريكا وكندا".

كما حرص الموقع على نقل الأخبار عن وثيقة السلمى وردود الأفعال عليها ومن بينها الرافضة لها والاستعدادات للمليونية التي ترفضها ومن بين تلك التغطيات جاءت عناوين مثل: "القوى السياسية تمنح العسكري والحكومة مهلة حتى الأربعاء للتراجع عن وثيقة السلمي"، و "بالفيديو: البرادعى للعسكرى ليس لديكم خبرة فى إدارة البلاد سلموا السلطة وعودوا لثكناتكم لحماية الوطن" و "أيمن نور: نريد جيش لمصر ولا تريد مصر للجيش.. والسياسات المالية تكره الشعب فى الثورة".

اما موقع مصراوي، فقد لاحظ أنه حاول أن نقل عدد من الأخبار التي تبدو تطمينية للمخاوف من استمرار العسكر في السلطة مثل: "مصدر رفيع: المشير سيتقاعد فى هدوء بعد تسليم السلطة"، مؤكدا أن المشير لا ينوى الترشيح وأن المجلس لن يرشح عسكري لمنصب الرئاسة. و"مشاورات بين الحكومة و المجلس العسكرى حول أزمة وثيقة السلمى"، و"مصدر أمريكى مطلع مصر دولة قوية جدا والعسكرى سيسلم السلطة"، ونقل الخبر تأكيد مصدر فى السفارة الأمريكية ثقه بلاده فى المجلس ودعمها الكامل له.

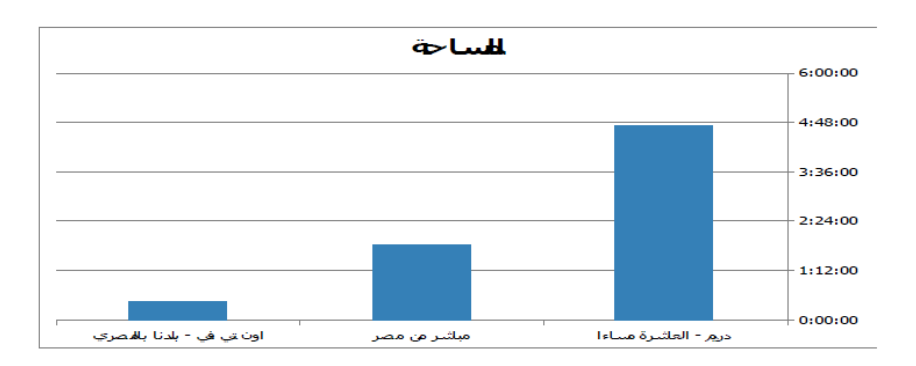
هذا بالإضافة إلى نشر خبرا بعنوان: "سليمان: الجيش هو الجهة الوطنية الوحيدة المؤتمنه على مصر"، ناقلا رفض عمر سليمان الهجوم على

المجلس العسكرى والضغط عليه ومطالبته بأن يكون إصلاح سياسات المجلس بالحوار معه كالحوار مع الاشقاء.

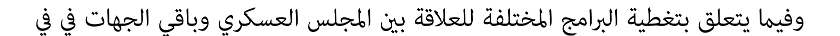
وفي المقابل، نشر الموقع أخبارا ناقدة للمجلس مثل: دعوى قضائية ضد المجلس العسكرى تطالب بحل نادى القضاه، وخبر إدانة منظمة العفو الدولية لإحالة الناشط علاء عبد الفتاح إلى القضاء العسكري. وعناوسن مثل: "مركز حقوقى: أحداث ماسبيرو اسو كارثة بعد نكسة 67"، والذي انتقد فيه مدير مركز القاهرة المجلس العسكري واعتبر أنه السبب الرئيسي في تراجع الثورة وأن الفرق بين مصر وتونس هو أن المجلس العسكري فى مصر يرغب فى تحقيق مكاسب خاصة مما أدى لتعثر الثورة. وفى 13/12 /11 كانت جميع الأخبار ناقدة لسياسات للمجلس وتعبر عن رفض وثيقة السلمى ومنها خبر بعنوان: "شباب الثورة يشارك فى جمعة تسليم السلطة و يدرس الاعتصام فى التحرير لحين تحقيق مطلب وضع جدول زمنى لنقل السلطة" وآخر بعنوان: "الإخوان توكد مشاركتها فى مليونية الجمعة القادمة"، وذلك لرفضها وثيقة السلمى وبنودها التى تعطى للمجلس العسكرى سلطات واسعة. وفى 11/17 تم نقد المجلس العسكري فى عده أخبار منها خبر بعنوان: "البرادعى نعيش فترة انتقامية وليس انتقالية" والذي انتقد فيه البرادعي إدارة العسكر للبلاد وطالب المجلس بمراجعة سياساته ودعم الثورة.

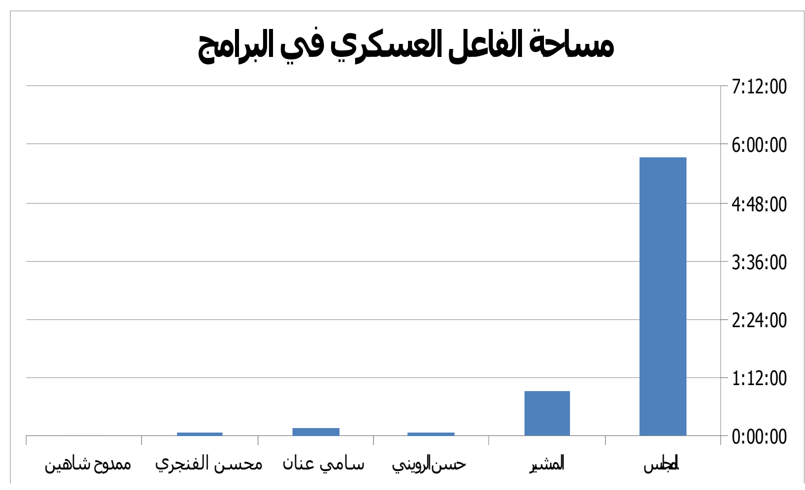
التغطية الإعلامية للمجلس العسكري في البرامج التليفزيونية

في تغطيتها للمجلس الأعلى للقوات المسلحة، جاء برنامج العاشرة مساء الـذي تبثه قنـاة دريم في مقدمة البرامج محـل الرصـد التـي خصـصت مـساحة للمجلـس بمعـدل أربعـة سـاعات و 41دقيقة وسبع ثوان خلال شهر نوفمبر، مقابل ساعة و 48دقيقة و 13ثانيـة في برنـامج مبـاشر مـن مصر (الفضائية المصرية) و 26دقيقة وخمـس ثـوان في بلـدنا بالمـصري (أون تي في) ويوضـح الرسـم البياني التالي تلك النتيجة:

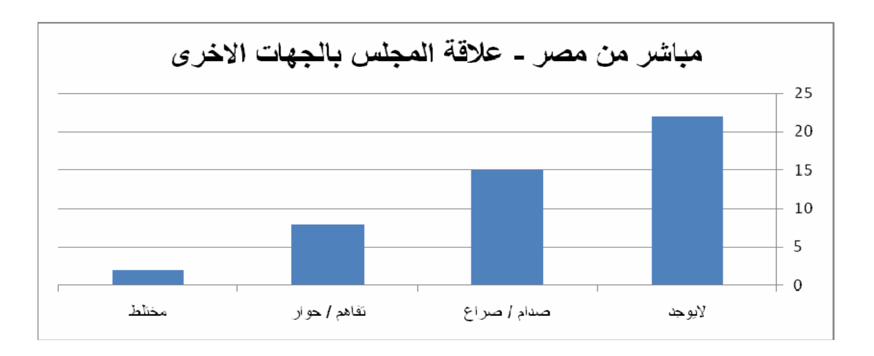


وحول المساحات التي تم تخصيصها للفاعلين العسكريين (المجلس وأعـضائه) جـاء المجلـس العسكري في الترتيـب الأول بمعـدل خمـس سـاعات و 44دقيقـة و 45ثانيـة خـلال شـهر نـوفمبر في البرامج الثلاثة، مقابل 54 دقيقة وسبع ثوان للمشير طنطاوي، يليه الفريق سامي عنان (8 دقائق و 28ثانية) ثم اللواء حسن الرويني (4دقـائق) ثـم اللـواء محـسن الفنجـري (3 دقـائق و 35 ثانيـة) وأخيرا اللواء ممدوح شاهين (30ثانية)، وفقا لما يوضحه الرسم البياني التالي:

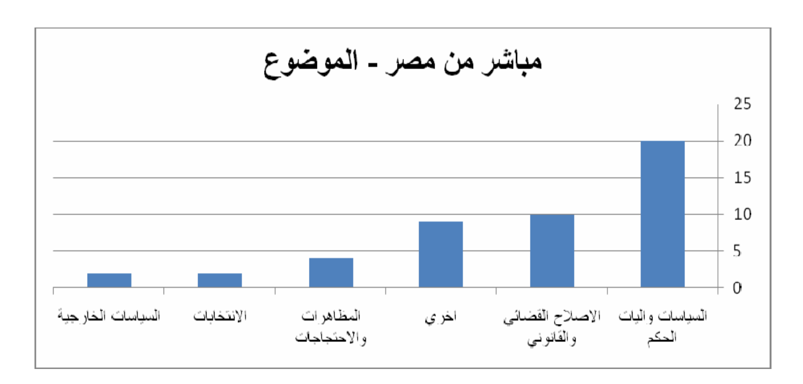

وفيما يتعلق بتغطية البرامج المختلفة للعلاقة بين المجلس العسكري وباقي الجهات في في



الدولة المصرية، كان برنامج مباشر من مصر أميل للتغطية الخبرية التي لا يكون فيها أي تحديد لصراع أو توافق بين المجلس وباقي القوى أو تقديم الأخبار دون ذكر أي جهات أخرى في الخبر بخلاف المجلس العسكري وفي الترتيب الثاني، ناقش البرنامج الأخبار التي بها مواقف صدام أو خلاف بين المجلس وبين جهات وقوى أخرى في مصر، يليه في الترتيب – وفق الرصد للبرنامج طوال شهر نوفمبر- الأخبار التي تعبر عن توافق أو حوار بين المجلس وجهات أخرى وهو ما يتضح في الرسم البياني التالي:

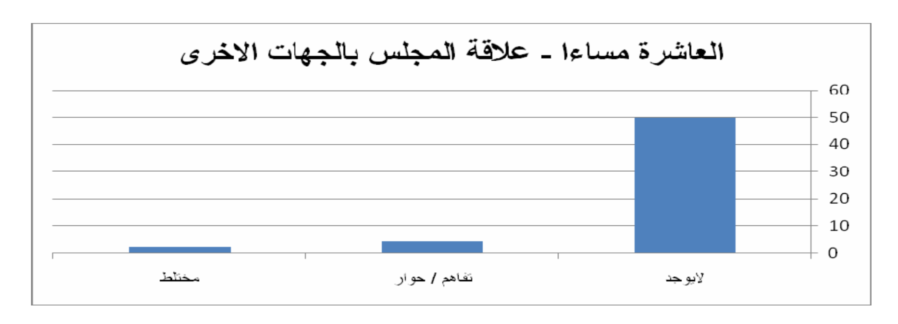


وبالنسبة للموضوعات التي ناقشها "مباشر مـن مـصر"، خـلال تغطيتـه للأخبـار المتعلقـة بالمجلس العسكري، جاءت السياسات وآليات الحكم على رأس الاهتمامـات يليهـا الإصـلاح القـضائي والقانوني، ثم المظاهرات والاحتجاجات تليها الانتخابات وأخيرا الـسياسات الخارجيـة، وفقـا مـا هـو موضح في الرسم البياني التالي:

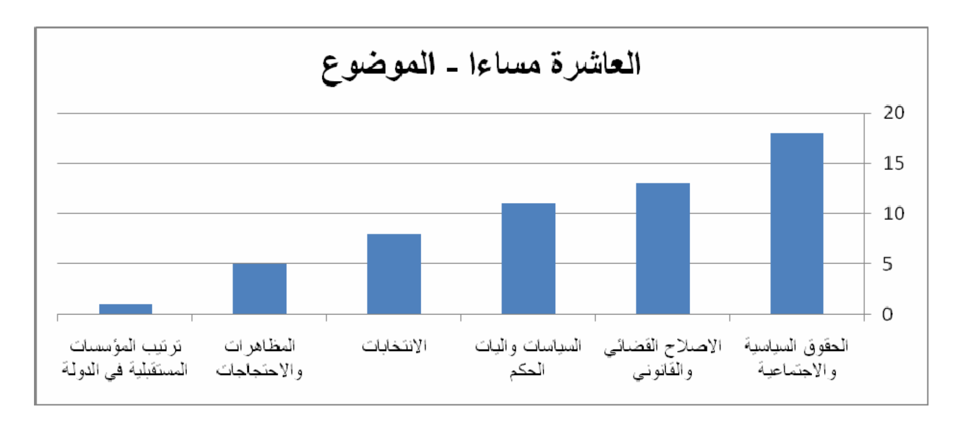


وفي برنـامج العـاشرة مـساء، حـرص البرنـامج عـلى عـدم تنـاول العلاقـة بـين المجلس وباقي القوى في أغلب التغطية التي قدمها خلال نوفمبر، مقدما 4 تقـارير عـن تفـاهم أو حـوارات بـين المجلـس وقـوى سياسـية خـلال الـشهر، بيـنما عـرض تقريرين اثنين لم تكن العلاقة بين المجلس والجهات الأخرى فـيهما واضـحة فكانـت

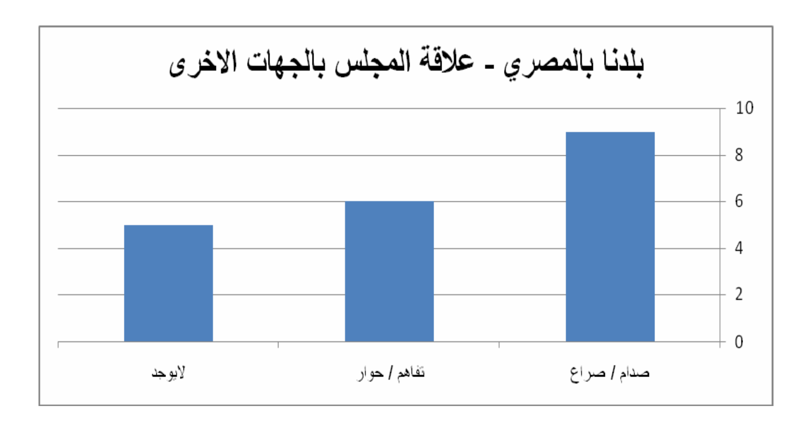

مزيجا من الحوار والتعارض بينما لم يعرض أي صدام أو خلاف واضح في أي من تقاريره:



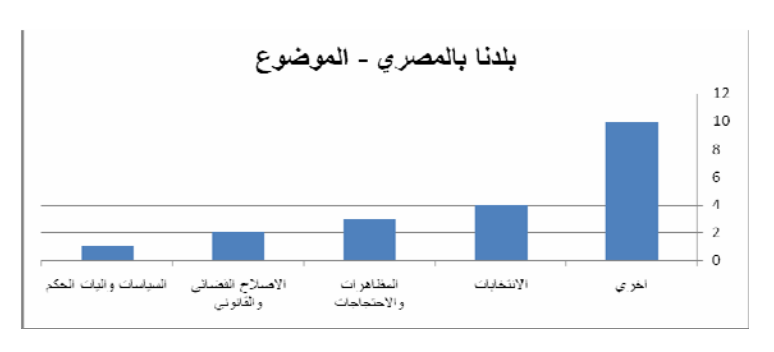
وبالنسبة للموضوعات التي ناقشها البرنامج خلال تغطيته للأخبار المتعلقة بالمجلس العسكري، جاءت الحقوق السياسية والاجتماعية على رأس الاهتمامات يليها الإصلاح القضائي والقانوني، ثم السياسات وآليات الحكم، وبعدها الانتخابات في الترتيب الرابع. وخامسا تأتي المظاهرات والاحتجاجات تليها أخيرا ترتيب المؤسسات المستقبلية للدولة وفقا ما هو موضح في الرسم البياني التالي:



واختلف ترتيب عرض نوعية العلاقات بين المجلس وباقي القوى في برنامج بلدنا بالمصري، حيث جاءت الأخبار التي تنقل خلافا أو صراعا في الترتيب الأول، يليها أخبار التفاهم والحوار بين المجلس والقوى المختلفة، وأخيرا الأخبار التي لا تطرق لأي جهات أخرى خلال عرضها، ويوضح الرسم البياني التالي نتيجة رصد تغطية البرنامج للمجلس العسكري في علاقته بباقي القوى خلال شهر نوفمبر:



وبالنسبة للموضوعات التي ناقشها "بلدنا بالمصري" خلال تغطيته للأخبار المتعلقة بالمجلس العسكري، جاءت الانتخابات في المقدمة، يليها المظاهرات والاحتجاجات، ثم الإصلاح القضائي والقانوني، وأخيرا آليات وسياسات الحكم، وفقا ما هو موضح في الرسم البياني التالي:



أما بالنسبة، للتحليل الكيفي خلال الشهر للبرامج الثلاثة محل الرصد، اتـضح أن التغطيـة الاعلامية فى برنامج العاشرة مساءا على الأسلوب النقـدى للمجلـس العـسكري، وهـو مـا ظهـر عـلى سبيل المثال فى حلقة 11/13 حيث طرحت تساؤلات حول حملة المشير رئيسا وما إذا كـان المجلـس موافق أم لا وطالبته بتوضيح موقفه، وانتقد الدكتور عمار على حسن ضعف الإرادة السياسية لـدى المجلس العسكرى للإطاحة بالنظام القديم.

وأيضا تناولت حلقة يوم 11/15 نقد الوثيقة الدسـتورية للـدكتور الـسلمى، خاصـة فـيما يتعلق بأنها تعطي المجلس العسكري صلاحيات أعلى مـن الحكومـة، وفى حلقـة 11/21 أكـد سـليم العوا فى حواره مع منى الشاذلي أن المجلس العسكري هو مبارك.

أما برنامج بلدنا بالمصرى فقـد اهـتم بعـرض جميـع الأخبـار التـي تتنـاول أو تـصدر عـن المجلس العسكرى دون تدخل، حيث عـرض فى 10/31 تـصريحات يـسرى حـماد المتحـدث الرسـمى باسم حزب النور بأن المجلس العسكري وعد بقانون العـزل الـسياسى خـلال 27 سـاعة و لم يحـدث وبالتالى يصبح البيـان الـذي أصـدره المجلـس كـأن لم يكـن"، وفى 11/28 عـرض البرنـامج تـصريحات الناشطة عايدة سيف الدولة الناقدة للعسكري والرافضة للانتخابات في ظله لأنها ستنتجح برلمانا بلا صلاحيات، هذا بخلاف أنها تأتي سط سيل لدماء المتظاهرين في التحرير، وفي لمقابل كان الرأي الآخر الذي مثله الناشط وائل خليل والذي اعتبر أن الـشعب لديـة فرصـة فى انتخـاب القـوى الـسياسية المناسبة ممايمكن استخدامه لاحقا لترجيح كفة الشعب وقيادته المدنية المنتخبة في مواجهة المجلس العسكرى.

وحـاول برنـامج مبـاشر مـن مـصر تقـديم تغطيـة محايـدة للمجلـس العسكرى حيث نقل مثلا خبرا في حلقة يوم 11/12 "فاينانشيال تـايمز: المجلـس

العسكري يجعل الثورة المصرية فى خطـر"، ومقـل أيـضا اتهـام الـدكتور أحمـد أبـو بركـة المستـشار القانونى لحزب الحرية والعدالة للمجلس بالتخلي عن أهداف الثورة.

هذا في مقابـل أخبـارا وتقـارير مؤيـدة للمجلـس مـن بينهـا تحركـات وقـرارات المجلـس وتصريحات أعضائه، وتأكيد السفارة الأمريكية بالقاهرة أن المجلس سيسلم السلطة لحكومة مدنيـة منتخبة، وتأكيدات رئيس الوزراء السابق عصام شرف أن قانون الإفساد السياسى فى طريقة للصدور، ثم الإعلان عنه بعد صدوره.

تحليل النتائج الخاصة بالبرامج الثقافية

من خلال الدراسات الميدانية التى تمت من قِبَل العديد من المؤسسات البحثية فى المجـال الإعلامى لقياس مدى تأثير الإعلام الثقافى والبرامج الثقافية على جمهور المتلقين ، يمكـن اسـتنتاج أن نسبة البرامج الثقافية التي تبث في القنوات الفضائية العربية هي جيدة، رغم التبـاين الواضـح بـين فضائية وأخرى، فقناة دبي تكاد تنعدم فيها البرامج الثقافية، بينما نجد قنـوات أخـرى تقـدم بـرامج ثقافية نوعية وكمية.

* تؤشر الدراسة إلى تراجع البرامج الثقافية ذات المضمون الأدبي لصالح البرامج ذات المضامين الفنيـة كالغناء والموسيقى والسينما والرقص والتمثيل، وكذلك الثقافة العامة.

* يلاحظ أزدياد نسبة البرامج الثقافية التي تبث بـشكل مبـاشر، حيـث بلغـت حـوالي 46%، قياسـاً بالسنوات الماضية ففي دراسة كمال الحاج لم تتعدى نسبتها 3%، مـما يعنـي تفاعلهـا الإيجـابي مـع التطور، فالبث المباشر يحقق أهداف الرسالة الإعلامية بشكل أكثر إيجابية فهو يشجع على التفاعـل بين القائمين بالاتصال والمتلقين، ويحفز القائمين بالاتصال عـلى تطـوير كفـاءاتهم، ويـسمح للمتلقـين بالتعبير عن أفكارهم ومساهمتهم الإيجابية.

* وجدت البحوث تنوع القوالب الفنية في البرامج الثقافية، كما نجد التنوع في نفس البرنامج الواحد، مما يدل على مراعاة التطور وذوق المشاهد ومزاجه كي لا يصاب بالملل من أستمرار نفس القالب طيلة البرنامج.

* ازدياد استخدام الأسماء الأجنبية في تسمية البرامج الثقافية، ففي العينات التي شملها البحث نجد أسماء البرامج التالية:

- توب ستار Toop Star
- FM TV
- Trait Union
- Sinamatik
- Studio 24

* توزعت البرامج الثقافية على أيام الأسبوع، وجاء يوم السبت في المقدمة حيث بلغت نسبة البرامج الثقافية التي تبث يوم السبت ب 17%، يليه الأثنين بنسبة 15% والأحد ينسبة 14%، ومن ثم أيام الخميس والجمعة بنسبة 13%، فالثلاثاء بنسبة 10%، ووجود يوم السبت في المقدمة لربما يفسر ذلك بكون بعض الدول العربية تكون عطلتها الأسبوعية السبت والأحد.

ونشير في نفس الوقت إلى أن المتلقين يفضلون يوم الجمعة بنسبة 24،5% والسبت بنسبة 20% والأحد بنسبة 17% والخميس بنسبة 15% كأفضل الأيام لمشاهدة البرامج الثقافية، أي يوجد انسجام نسبي باستثناء يوم الاثنين حيث تقدم به نسبة جيدة من البرامج وهي 15% بينما جاء ترتيب الجمهور له فقط بنسبة 10%.

* معظم البرامج تقدم أسبوعياً ويكرر بعضها مرة على الأقل، حيث تجاوزت البرامج الثقافية التي تقدم أسبوعياً ال 70%، حيث لا تتحمل هذه البرامج أن تكون يومية كونها تحتاج إلى التهيئة والإعداد الجيدين، ومع ذلك توجد برامج يومية تحوي مضامين ثقافية لا بأس بها وجاءت نسبتها 18%.

* أما موسيقى المقدمة- التتر- فكانت الموسيقى الشرقية هي السائدة بنسبة 36% تليها الموسيقى الغربية بنسبة 23% فالكلاسيكية بنسبة 20% فالفولكلورية بنسبة 13% ونلاحظ مجيء الموسيقى الغربية بالدرجة الثانية مما يعني زيادتها قياساً بالفترات الماضية.

* طول الفترة الزمنية لتقديم البرامج الثقافية كانت بحدود 60 دقيقة بنسبة كبيرة هي 48%، يليها 30 دقيقة بنسبة 19%، وبحدود 90 دقيقة بنسبة 15% ويعتقد 90% من القائمين بالاتصال بأنه زمن مناسب للبرنامج الذي يساهم بهِ.

ونجد أن 60 دقيقة هي فترة زمنية مناسبة حيث تتيح تقديم مادة جيدة من ناحية الكم، ولا تبعث الملل لدى المتلقين.

* كان مضمون البرامج الثقافية هي على التوالي، المضامين الثقافية العامة والمضامين الخاصة بالتثقيف والتوعية العامة هي المضامين الرئيسية كونها كانت بحدود 28%، تليها المضامين الفنية كالسينما والمسرح والموسيقى والغناء والرقص بنسبة 13%، أما المضامين الأدبية فجاءت بنسبة 12% وكذلك المضامين الخاصة بالموضوعات التراثية والتاريخية بنفس النسبة، بعدها المضامين الفكرية بنسبة 10% و الفنون التشكيلية بنسبة 10% والموضوعات الوثائقية بنسبة 8%.

نلاحظ انحسار نسبة المضامين الأدبية على حساب المضامين الثقافية العامة والفنية بينما كانت تشكل نسباً أكبر في السابق.

* تؤشر نتائج البحث إلى ازدياد استخدام اللهجة المحلية في سياق تقديم البرامج الثقافية، فهناك 74% من البرامج تستخدم اللهجة المحلية منهم 25% يستخدمها بكثرة و35% بشكل متوسط و40% يستخدمها أحياناً. والغريب في الأمر أن الجمهور فضل أن تقدم البرامج الثقافية كخليطا بين الفصحى والعامية بنسبة 61% و33% فقط يفضل الفصحى، وتعتبر نسبة عالية خصوصاً

في البرامج الثقافية التي يفترض أن تكون باللغة الفصحى وبالنسبة للجمهور صوت 6% لصالح اللهجة المحلية.

* وحول استخدام المصطلحات والكلمات الأجنبية فكان 57% من البرامج يستخدمها، ومن هذه النسبة يوجد 17% يستخدمها بكثرة و30% بشكل متوسط و53% يستخدمها عند الضرورة.

* وحول طبيعة الجمهور الذي تستهدفه البرامج الثقافية، جاءت عامة الجمهور بنسبة 52% والمثقفين بنسبة 20% فالنخبة بنسبة 11%، وفئات الطلبة والشباب 9% والنساء 6% والمهاجرين 2% فقط. أي أن معظم البرامج تتوجه إلى عامة الجمهور وهذا شيء جيد، لكن نلاحظ قلة البرامج الثقافية الموجهة لفئات النساء والشباب.

* تستضيف 88% من البرامج الثقافية شخصيات وضيوف، منها 38% تستضيف شخص واحد، و21% شخصان و17% ثلاثة أشخاص و24% أكثر من ثلاثة أشخاص، يساهم المقدم والمعد باختيارهم بنسبة 27% للمعد و22% لمقدم البرنامج و42% من الضيوف يتم اختيارهم بالتشاور، ونعتقد أن هذه نتيجة جيدة. أما طبيعة الضيوف فكانت نسبة 33% من الأختصاصيين و27% من الأساتذة الأكاديميين و15% من موظفي الدولة و14% ضيوف من خارج البلد و7% من عامة الناس.

* أما جهة أنتاج البرامج الثقافية فيمكن القول بأن معظمها من إنتاج جهات حكومية ولكن النتائج البحثية كانت 60% جهة حكومية و24% جهة خاصة و10% قطاع خاص و6% قطاع مشترك، والسبب يعود كون العينة حوت قناة فضائية خاصة هي البغدادية مما أثر على النسبة التي لولاها لكانت نسبة الإنتاج من الجهات الحكومية هي السائدة.

* مكان التصوير داخل الأستوديو هو بنسبة 48% وخارجه بنسبة 17% ومختلط 35% بنسبة 80% من داخل الأستوديو، مما يعني أن معظم التصوير هو في داخل الأستوديو وهذا شيء طبيعي كون طبيعة البرامج الثقافية قد تستدعي ذلك في معظم الأحيان.

* تستعين 77% من البرامج الثقافية بوسائل الإيضاح كالأفلام المسجلة والصور التوضيحية والكرافيك ...الخ.

* وكان الديكور المستخدم طبيعي واقعي بنسبة 29% ونسبة التراثي 23% أما نسبة الديكور الذي يتناسب مع طبيعة البرنامج فكانت 35% ، أما الذي يستخدم التكنولوجيا الحديثة بنسبة 13%. ، أما الجمهور فكانت خياراته 46% يتناسب مع موضوع البرنامج و27% يفضلون الديكور الحديث ويستخدم التكنولوجيا المعاصرة و19% يفضلون التراثي و8% يفضلون التقليدي. هنالك تجانس نسبي بين خيارات الجمهور وطبيعة الديكور المستخدم لكننا نجد أن نسبة من يفضل الديكور الحديث من الجمهور أعلى مما هو موجود.

* معظم البرامج الثقافية يقدمها شخص واحد وكانت النسبة 43%، أما شخصان فكانت نسبتها 30% ، وهي نسبة طبيعية تليها ثلاثة فأكثر، أما جنس المقدم فكانت لصالح المرأة بنسبة 43% والرجل 19% ورجل وامرأة 38%، مما يعني أن للمرأة نسبة جيدة مما يؤشر بأنها أخذت تأخذ دورها الطبيعي في هذه البرامج المهمة.

* 73% من القائمين بالاتصال يعتقدون بأن البرامج الثقافية تحظى بمتابعة الجمهور، أما دراسة أسباب إحجام البعض عن متابعتها فكانت المؤشرات كالتالي: 21% يعزي الأسباب لتفضيل الجمهور لبرامج المنوعات وبرامج التسلية، و20% لانخفاض درجة ثقافة بعض الأفراد، و13% لتوقيت عرض البرامج الثقافية الغير مناسب، و 11% لابتعاد الموضوعات المطروحة عن اهتمامات الجمهور، تأتي بعد

ذلك 8% لتدني المستوى الفني و8% لقلة الإمكانيات المخصصة للإنتاج ، و8% لرتابة الموضوعات. وهي أسباب واقعية محتملة.

* توجد مشاركة جماهيرية بالبرامج خصوصاً التي تبث مباشرةً بنسبة 20% مشاركة جيدة و32% متوسطة و16% قليلة و32% لا توجد مشاركة، وكانت أوجه المشاركة متنوعة كطرح الأسئلة وتقديم المقترحات أو الأجوبة أو طلب بعض الفقرات الثقافية.

* ويرى القائمون بالاتصال بأن الأهداف التي ينبغي أن تعمل البرامج الثقافية على تحقيقها هي: تنمية القيم الإنسانية والحضارية بنسبة 20% ولتعريف الجمهور بالقضايا الثقافية بنسبة 19% والانفتاح على الثقافات العالمية 17% وتنمية الحس الجمالي 13%، وتعزيز الانتماء والهوية الثقافية بنسبة 11%، وتأتي الأهداف الأخرى في الأخير. وهذه النسب تقترب مع رأي المتلقين حيث جاءت نسبة تنمية القيم الإنسانية والحضارية ب6،25% ، والانفتاح على الثقافات العالمية بنسبة 24،3%، وتعزيز الانتماء والهوية الثقافية بنسبة 16،8%، ولتعريف الجمهور بالقضايا الثقافية بنسبة 14،3%.

* تواجه عملية إنتاج البرامج الثقافية بعض الصعوبات فقد أشار 78% إلى وجود صعوبات منها 22% إدارية و35% مالية و19% تقنية و13% عدم توفر الكوادر البشرية المؤهلة و11% عدم تعاون القائمين على الإنتاج نجد أن الصعوبات المالية قد أشرت في أكثر البحوث التي درست ذلك، مما يعني أن السبب المالي بحاجة إلى التوقف والدراسة الجادة، خصوصاً أن الدراسة الميدانية المباشرة أكدت ذلك.

* لا زالت مسألة تقييم البرامج غير خاضعة لمنهج مدروس ف 26% من البرامج لا يوجد تقييم لها ومن التي يجري لها تقييم نجد أن 7% يجري التقييم كل شهر، و17% كل 4أشهر، و6% كل ستة أشهر، و17% كل سنة، و 33% لا يتبع أي أسلوب محدد للتقييم .

والتقييم يقوم به مدير الفضائية بنسبة 50% ، ورئيس القسم بنسبة 20%، والمعد أو المخرج بنسبة 20%، وفقط 10% أشاروا إلى وجود لجنة خاصة للتقييم. أما الأساليب الأخرى فهي من خلال الاجتماعات الدورية أو رسائل الجمهور أو الأصدقاء.

كما أكد لنا العديد من الذين التقيناهم أنه لا يوجد تقييم دقيق بل هو رهن أمزجة المدراء وقناعتهم الشخصية.

* أكد 92% من القائمين بالاتصال بأن انتشار القنوات الفضائية أثر على البرامج الثقافية من ناحيتي المضمون والشكل، فأخذت تقدم بشكل أكثر جاذبية وبأسلوب إخراجي أفضل وأصبحت المشاركة الجماهيرية أوسع. أما من ناحية المضمون فأخذت البرامج تعالج موضوعات أكثر جدية وعصرية، ويمكن الاستعانة بمعلومات لم تكن متاحة سابقاً، وأمكن تقديم موضوعات ذات طابع عالمي بشكل أكثر وأفضل.

* يمكن الاستنتاج بأن البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية التي خضعت للدراسة قد أولت مساحة واهتمام أكبر للوظيفة الثقافية في المجال الفني أو المضمون الفني، ومن ثم المضمون الأدبي ومن ثم النقدي وبعده الفكري.

تحليل النتائج الخاصة بالقائمين بالاتصال

* وجد البحث أن معظم القائمين بالاتصال هم من الأعمار الناضجة والنشطة وهي من 25 سنة إلى 45 سنة، حيث يمثلون نسبة 62%، ومن 46 سنة إلى 55 سنة يمثلون نسبة 27%، مما يعني أن نسبة كبيرة هي في عمر العطاء والنشاط.

* كانت نسبة النساء من القائمين بالاتصال هي 43،3% وهي نسبة عالية مقارنة بالدراسات السابقة وتعطي مؤشراً إيجابياً.

* المستوى العلمي والتحصيل الدراسي كان بمستوى جيد فنلاحظ أن حملة البكالوريوس – الليسانس- والماجستير كانوا بنسبة عالية حيث بلغت نسبة حملة الماجستير 21،5% والبكالوريوس 59،5% ، بالإضافة إلى أن نتائج البحث أوضحت بأن 51% من القائمين بالاتصال لديهم فترة عمل وخبرة بين 6 إلى 10 سنوات وهي نسبة عالية وكل ذلك يؤشر إلى قدرات وكفاءات جيدة يتمتع بها القائمين بالاتصال.

* كما أن نسبة عالية منهم يجيدون لغات أخرى غير العربية كالإنكليزية والفرنسية.

* أن نسبة من لديهم فترة عمل لأكثر من خمس سنوات عالية، مما يعني أن لديهم خبرة جيدة في مجال البرامج الثقافية.

* ووجد البحث أن نسبة من يمتلكون جهاز حاسوب مربوط بشبكة الإنترنيت وجهاز استقبال- دش- عالية جداً، مما يتيح للقائمين بالاتصال من مواصلة الإطلاع ومتابعة المستجدات عربيا وعالمياً في مجال الثقافة وبرامجها. ويعني أيضاً أن نسبة التعاطي والتعامل مع التكنولوجيا الحديثة قد أزداد بشكل ملحوظ، بينما قل الاعتماد على المكتبات الخاصة واقتنائها.

* شارك 62% من القائمين بالاتصال في دورات تدريبية، تناولت هـذه الـدورات مواضـيع في الإلقـاء، قواعـد اللغـة، دورات فنيـة، لغـات أجنبيـة، تـدريب عـلى الحاسـوب والتقنيـات الحديثـة، دورات متخصصة في مجال الإعلام والاتصال.

* أما مصادر ثقافة القائمين بالاتصال فكانت القنوات الفـضائية والإنترنيـت في المقدمـة، بعـد ذلـك الصحافة العربية والعالمية والمحلية، مما يعني تغيراً كبـيراً في مـصادر الثقافـة التـي كانـت معتمـدة سابقاً وأصبح الإنترنت و القنوات الفضائية هي المصدر الرئيسي.

* كانت عينات الدراسة متجانسة ومتقاربة العدد من حيث التخصص الفني من مخرجين ومعـدين ومقدمين للبرامج الثقافية، وهي حوالي الثلث لكل تخصص.

* الوضع الاقتصادي للقائمين بالاتصال كان بين الجيد والمقبول، وهذا يعنـي أن المـستوى الاقتـصادي لهـم دون المـستوى المطلـوب، حيـث يحتـاج هـؤلاء إلى الاسـتقرار الاقتـصادي والمـستوى الجيـد كي يستطيعوا تطوير قدراتهم وقابلياتهم الثقافية والفنية

* يمكن القول أن معظم القائمين بالاتـصال في الـبرامج الثقافيـة في العينـات التـي درسـت يتمتعـون بمستوى أكاديمي جيد وخبرة عملية جيدة ولديهم بالـضرورة قـدرات فنيـة تـؤهلهم لتقـديم بـرامج ثقافية.

تحليل النتائج الخاصة بالجمهور المتلقين

* كـان المـستوى الثقـافي والعلمـي لعينـات الجمهـور جيـد، حيـث بلغـت نـسبة حـاملي شـهادة البكالوريوس 50% والماجـستير 15%، ويعمـل قـسم مـنهم في مجـال الإعـلام لـذا يمكـن أن تكـون إجابـاتهم ذات صـواب، حيـث تعمـد البحـث أن يختـار متلقـين يهتمـون أصـلاً بمتابعـة الـبرامج

الثقافية. وكان 82% منهم يهتم بمتابعة البرامج الثقافية، منهم 37% يتابعها باستمرار و 53% يتابعها أحياناً، علماً أن لبعضهم مشاركات فيها.

* 56% من المشاهدين يفضلون أوقات مشاهدة البرامج الثقافية من الساعة السادسة حتى العاشرة ليلاً ، و33% منهم يفضل بعد الساعة العاشرة حتى الثانية بعد منتصف الليل، وأفضل الأيام هي الجمعة بنسبة 24،5% ثم السبت بنسبة 20،3% فالأحد بنسبة 17% فالخميس 15،2% والاثنين 10%، وهنا نشير إلى أن بعض الدول العربية تكون عطلتها الأسبوعية هي السبت والأحد وليس الجمعة.

* يفضل المتلقين مشاهدة البرامج الثقافية ذات المضامين الثقافية العامة بنسبة 24% وذات المضامين الفنية بنسبة 21% والبرامج التي تعني بالتراث والتاريخ بنسبة حوالي 20% وذات المضامين الأدبية بنسبة 19% والبرامج التي تهتم بالعلوم بنسبة 16%، ورغم أن الاهتمامات متقاربة لكننا نجد أن نسبة الاهتمام بالأدب قد انخفضت وزاد الاهتمام بالمضامين الفنية والثقافة العامة.

* يرى الجمهور أن الأسباب التي تجعل البعض يحجم عن مشاهدة البرامج الثقافية هو شكل تقديم البرامج الغير جذاب بنسبة 15،4% ، وضعف الأداء لمقدمي البرامج بنسبة 15،2% وهناك من يعزي ذلك إلى تدني المستوى الثقافي للبعض بنسبة 14،2% ، السبب الآخر تفضيل الجمهور لبرامج المنوعات والتسلية بنسبة 12،8%، والبعض يجد أن الموضوعات الثقافية المطروحة مكررة بنسبة 9،3% وتأتي الأسباب الأخرى بعد ذلك.

* 22% من المتلقين يتابعون البرامج الثقافية لأنهم يهتمون بالثقافة أصلاً و20% يتابعونها كونها ترفد وتنمي لديهم الوعي الإنساني، و13،4%لأنها تقدم لهم معلومات لا تتوفر في مجالات أخرى، و11% يتابعونها لأنها برامج جادة وتأتي

الدوافع الأخرى بعدها كمتابعة النشاطات الثقافية والحصول على معلومات وكونها تجعل الحياة أكثر متعة.

* فضل الجمهور قنوات العربية 18%، والجزيرة 12،6% في الأختيار الأول رغم أن القناتين من القنوات الفضائية الإخبارية، والأم بي سي 8% والحرة 8%، ثم الفضائية المصرية 6% والبغدادية 6%، فالنيل الثقافي 4،2%، ودبي 4%، والأل بي سي 4%، وكل من السورية والعراقية وأبو ظبي والفيحاء ودريم2 بنسبة 3،5% لكل منهم، الشرقية بنسبة 2،8% وتونس 2،5%، والجزيرة الثقافية والأم بي سي 4 1،7% لكل منهما، وقطر والحرية والديار 1% لكل منهم هذا يعني أن القنوات الفضائية الإخبارية لها عناصر جذب، كما أنها تقدم برامج ثقافية نوعية من ناحيتي الشكل والمضمون رغم قلتها.

* فضل الجمهور برنامج روافد كأفضل برنامج ثقافي وهذا البرنامج يستحق ذلك بكل فخر لما يمتاز به من خصائص تتعلق في المضمون وشكل التقديم والذي يعكس قدرات مقدم البرنامج وتأثيره الكبير على نجاح البرنامج.

الاستنتاجات وأهم النقاط التي يشير إليها البحث

خلُص البحث إلى جملة من الاستنتاجات التي يمكن أيجاز أهمها كما يلي:

- لا يوجد مشروع ثقافي عربي واقعي وحقيقي، رغم أن جهوداً بذلت ومؤتمرات عدة عقدت، لكنها لا زالت تدور في فلك الأطر البيروقراطية والمؤسسات الغير ثابتة والتي تتغير وفق أجندات سياسية وإدارية.

- أن القنوات الفضائية العربية أصبحت اليوم مصدراً مهماً للاتصال وللثقافة وللتكوين والإعداد الجماهيري لما تملكه من مزايا، وأصبح التلفزيون أحد المكونات الثقافية بل ويتحكم في انتقاء مضامينها، ولذلك سمات إيجابية إذا أحسن

استثماره وسلبية إن تم تقديم ثقافة سطحية هابطة لا ترتقي بالمتلقين إلى آفاق مشرقة.

- أن بعض القنوات الفضائية العربية رغم كل السلبيات حققت نجاحاً في بعض برامجها من ناحية ما تقدمه من مضمون وأشكال تتناول مختلف الثقافات وألايديولوجيات.
- تسعى بعض القنوات الفضائية إلى تلبية احتياجات الثقافة الاجتماعية المعاصرة وتحاول أن تتفاعل بشكل نشط مع التكنولوجيا الحديثة ومع مختلف جوانب الوعي الإنساني كالقيم والمعايير الثقافية.
- لقد ربطت القنوات الفضائية العربية إلى حدما المشاهدين العرب إلى بعضهم وأتاحت فرصة معرفة ثقافة كل منهم للآخر، كما أصبح أمام المشاهدين فرص كبيرة لأختيار البرامج التي يرغب بمشاهدتها، وبعض القنوات الفضائية أخذت تنافس القنوات الفضائية الأجنبية.
- أسهمت العديد من القنوات الفضائية العربية من خلال البرامج الثقافية والفنية التي تقدمها في تبديد الإحساس بالغربة لدى الجاليات العربية المغتربة داخل وخارج البلدان العربية، مما يساعد على ربط المغترب بوطنه وأستمرار التواصل مع همومه الثقافية.
- أن ازدياد القنوات الفضائية العربية عددياً أثر على مضمون المادة الثقافية المقدمة، ونلاحظ التقليد والتكرار والإعادة في البرامج الثقافية والمواضيع المطروحة، ناهيك عن الاستعانة ببرامج ثقافية أجنبية مترجمة في بعض القنوات.
- نتيجة الهم الاقتصادي والحاجات المعيشية التي تشغل بال المتلقين في معظم المجتمعات العربية، تصبح الاهتمامات بالشأن الثقافي ضعيفة الجانب حتى بالنسبة للقائمين على الاتصال الذين يشتركون في ذات الهم، فتوفير لقمة

العيش أولى من مشاهدة التلفزيون، علماً أن هنالك نسبة من المواطنين لا يملكون ملاجئ للسكن خاصة بهم.

- وجود عناصر في بعض الفضائيات، تشرف على البرامج الثقافية بشكل مباشر أو غير مباشر، وغالباً ما يكون دورها رقابي وهي الغير مؤهلة ثقافياً، وفي أحيان أخرى يتم تعيين بعضهم ضمن القائمين بالاتصال وهم غير مؤهلين مهنياً ولا يمتلكون المهارات المناسبة.
- غياب الحريات الحقيقية والذي ينعكس سلباً على معالجة القضايا الثقافية برؤية تتسم بعدم الموضوعية، مما يفقد هذه الفضائيات جمهورها.
- تعاني بعض القنوات الفضائية العربية من وجود البيروقراطية الإدارية وسوء إدارة المؤسسات الإعلامية بشكل عام، ووجود قيود وخطوط حمراء تتعلق بطبيعة أنظمتها السياسية الحاكمة. كما تلعب المحسوبية والأرتياحات الشخصية ومزاج المدراء دوراً في التأثير المباشر وغير المباشر على نوعية البرامج الثقافية.
- التباين والاختلاف فيما بين القنوات الفضائية العربية سواءا العامة أوالخاصة، في الأهتمام بالبرامج الثقافية ولعل سبب ذلك يعود إلى سياسة القنوات الفضائية ومصادر التمويل والأهداف والإدارات والكوادر، ومقدار هامش الحرية المتاح.
- عدم وجود تخطيط مدروس أو خطط بعيدة المدى " خطط إستراتيجية" لتطوير الواقع الثقافي من خلال البرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية، بل نجد الارتجالية والتخبط والارتياحات. فالتخطيط لا يستند على أسس منهجية عند وضع برامج الدورات التلفزيونية، ولا تحدد طبيعة البرامج وأهدافها وموضوعاتها ومضامينها، بل يعتمد على ما يقدمه العاملون من أفكار.

- يلاحظ تميز القنوات الفضائية الإخبارية العربية الخاصة كالعربية والجزيرة ببرامج ثقافية ذات نوعية جيدة من ناحيتي الشكل والمضمون لكنها قليلة نسبيا.
- ما زالت العديد من القنوات الفضائية العربية، تلغي أو تؤجل بمناسبة وبدون مناسبة بث البرامج الثقافية، وخصوصاً عند حصول أي أحداث سياسية أو أزمات معينة، مما يدلل على عدم الفهم الصحيح والعميق لأهمية الثقافة بشكل عام.
- نلاحظ أحياناً انزلاق مقدمي بعض البرامج الثقافية أو ضيوفهم بكثرة أستخدام المصطلحات الغربية والأجنبية في الحوار وبدون وجود ضرورة.
- استخدام أشكال للديكور التي لا تتفق أحياناً مع البيئة المناسبة لطبيعة البرنامج وخصوصيته.
- حاولت معظم البرامج الثقافية أن تهتم بالثقافة العربية والقضايا الوطنية المحلية والعالمية خصوصاً في مجال الفنون التشكيلية والسينما والغناء.
- نلاحظ أن معظم البرامج الثقافية هي من إنتاج هذه القنوات الفضائية العربية التي تقدمها، وقليل جدا هو من إنتاج خارجي.
- أن المضمون الذي عالجته هذه البرامج الثقافية تنسجم مع الأهداف العامة التي أقرتها مؤسسات الإعلام العربي المشترك وخصوصاً اتحاد إذاعات الدول العربية مع وجود فوارق في ذلك بين فضائية وأخرى حسب الظروف التي تحيط بالفضائية.
- أن المضمون الذي تناولته هذه البرامج الثقافية كان مهتماً بالموضوعات المعاصرة أكثر من اهتمامه على الأدب التراث والنتاجات الثقافية والفكرية السالفة.
- هنالك مشاكل منها تشريعية وإدارية تنظيمية ومالية وكيفية أستثمار القوة البشرية، ويمكن تلخيصها في عدم الفهم والإطلاع على القوانين التي تنظم

العمل وتضارب الاختصاصات والصلاحيات وضعف الأمكانات المالية وعدم جدية نظام المتابعة والمراقبة والتخطيط، إضافة إلى العلاقات الغير منسجمة بين العاملين.

- تعاني بعض البرامج الثقافية اليومية من قلة الكوادر العاملة، فالبرنامج اليومي يحتاج إلى جهد وطاقة مما يستنزف قدرات العاملين فيه، مما يرهقهم ويبعدهم عن الإبداع والتطوير.

- أن منطقة المغرب العربي عموماً تكتنز موروثا ثقافيا هاما لم يتم تناوله وتفعيله بشكل كافي ولم يتم أستثمار القدرات والطاقات الكبيرة الموجودة هناك من خلال القنوات الفضائية العربية التي تحتاج إلى تخصيص إمكانيات مادية ومشاركة فعلية من المبدعين الحقيقيين المغاربة كما علينا أن نعلم أن الثقافة السائدة في بلدان المغرب العربي معظمها تقدم باللغة الفرنسية المتداولة وكذلك باللهجات المحلية لشمال أفريقيا، ويشعر العديد من المواطنين هناك أن البرامج الثقافية في الفضائيات العربية لم تحقق حالة التواصل المطلوبة مع ثقافتهم كما هي الحال مع ثقافة الخليج العربي أو المشرق العربي، فالموسيقى المغاربية مثلاُ مازالت غير متداولة بالشكل الكافي في العالم العربي وأن الفضائيات تركز على أنواع مختلفة ذات صفة محلية دون الانفتاح على موسيقى المغرب العربي . كما أن الفنانين أيضا يشعرون أنهم في حاجة إلى فضاء إقليمي لتفجير مواهبهم التي يكتنزها التراث المغاربي الأصيل.

- يوجد في المغرب العربي العديد من الأنماط الثقافية الفولكلورية منها الأغاني والموسيقى المميزة التي مازالت لم تنتشر ولم يتعرف عليها الجمهور العربي مثل القناوي المغربية ، والمألوف التونسي. بينما حققت موسيقى الراي الجزائرية انتشارا واسعا، ولا تزال أنشطة المغرب العربي الثقافية الأخرى محدودة للغاية.

توصيات ومقترحات

- الأهتمام بإطلاق قناة فضائية عربية باللغات الأجنبية الشائعة كالإنكليزية والفرنسية والألمانية لإشباع أحتياجات الأطفال والنشء في دول المهجر ولتعريف الشعوب الأخرى بالثقافة العربية، على أن تكون برامجها ذات مضامين إنسانية تستلهم الجوانب المشرقة والمضيئة والإيجابية في المجتمعات العربية، وأنتاجها بشكل عصري جذاب ومتميز.
- أنشاء لجان متخصصة من المبدعين والأكاديميين وخبراء وعلماء نفس للأشراف على إعداد البرامج الثقافية، لتكون فعلاً برامج للتثقيف وتطوير قدرات المتلقين.
- اختيار شخصيات مثقفة ومن الرموز الثقافية المعروفة لتقدم أو تعد أو تشرف على إعداد البرامج الثقافية.
- على الحكومات توفير الضمان الاقتصادي للعنصر البشري كي يستطيع أن يجد الوقت والفرصة لتطوير قدراته ووعيه وثقافته ليكون عنصرا فعالا مساهماً في عملية البناء والتنمية في البلد، كما يجب الأهتمام الجدي بالوضع الاقتصادي للقائمين بالاتصال.
- تخصيص ميزانية مناسبة للبرامج الثقافية من أجل سد النواقص والاحتياجات وتوفير المجالات المطلوبة لها.
- الاهتمام بتطعيم البرامج الترفيهية بالمادة الثقافية في قوالب فنية متنوعة وجذابة كي تحوز على اهتمام المشاهدين .
- أن منطقة المغرب العربي عموماً تكتنز موروثا ثقافيا هاما لم يتم تناوله وتفعيله بشكل كافي مما يتطلب الإفادة منه والعمل على توظيفه وأستثمارالقدرات والطاقات الكبيرة الموجودة هناك من خلال القنوات الفضائية العربية التي تحتاج إلى تخصيص إمكانيات مادية ومشاركة فعلية من المبدعين

الحقيقيـين المغاربـة، وعـلى الفـضائيات أن تعنـى بـإبراز خـصوصيات شـعوب المنطقـة الثقافيـة والحضارية.

○ ضرورة أن تعي إدارات القنوات الفضائية العربيـة العامـة والخاصـة أهميـة البحـوث العلميـة لتطوير عمل هذه القنوات وتحسين برامجها والإرتقاء بأدائها لما يحقق الطمـوح للمـشاهدين، كـما تتيح معرفة ردود فعل الجمهور إزاء ما تقدمه من مواد، وتوفر لها معلومـات كبـيرة وشـبه دقيقـة عن سلبياتها وإيجابياتها وتقييم أداء القائمين بالاتصال وكذلك مضامين برامجهم.

○ الاهتمام الجدي والمـبرمج بتقيـيم الـبرامج الثقافيـة وتعـد الدراسـات الميدانيـة لـذلك، وكـذلك الاهتمام بالتخطيط لإعدادها ضمن ضوابط دقيقة مدروسة تراعي تنوع لمضامين وتجانس المواضـيع المطروحة.

○ تشجيع الابتكار والأفكار الجديدة واحتضان المواهب وتطويرهـا مـن خـلال التـدريب المـستمر والدورات التأهيلية.

○ العمل على تأسيس فضائية عربية ثقافية متخصصة، مستقلة وبمصادر تمويل من جهات عربيـة ذات نوازع ثقافية تؤكد على الخطاب الثقافي الغير خاضع للتابوات السياسية والدينيـة والاجتماعيـة المتخلفة وبكادر تخصصي سواء الإداري أو الإعدادي أو الفني.

○ الإكثار من البرامج الثقافية التي تجمع وتقرب بين الأديان والجنسيات والأعراق المختلفة لخلـق روابط ثقافية وجسور مشتركة وتنمي الروح الوطنيـة وأن تكـون هـذه الـبرامج ذات طـابع وتوجـه للعالم كله.

○ مد الجسور مع المـنظمات والهيئـات والمؤسـسات الثقافيـة المختلفـة ومـع المبـدعين بمختلـف اختصاصاتهم الثقافية ومتابعة النتاج الثقافي المتنوع مع استضافة المثقفين والمبدعين.

- تبني قيم الدفاع عن الإنسان وحقوقه، والتصدي للردة المريعة في الوعي الثقافي العربي ، خصوصاً انتشار قيم الدمار والخراب، النفسي والروحي، وتمجيد القتل والإرهاب، تحت مختلف التسميات. ونشر ثقافة التسامح والمحبة.
- إيجاد قناة خاصة بالمرأة في الشرق الأوسط، تتبنى التثقيف بكل الأمور الاجتماعية كحرية المرأة وحقوق الأطفال ولشرح القوانين الخاصة بحقوق الإنسان والحريات الشخصية والمساواة.
- الاهتمام بما يهم الإنسان العربي والمهاجرين من قضايا ثقافية، وتناول قضايا أكثر ديناميكية ومواضيع تساعده في تقليل الشعور بالاغتراب.
- إنتاج برامج ثقافية عربية مشتركة وإغنائها بتبادل الخبرات والمعارف وزيادة التنسيق بين القنوات الفضائية العربية، والاهتمام بمواضيع التراث العربي.
- التوجه الجاد لتقديم برامج ثقافية مفتوحة على الثقافة العالمية ومتابعة ما يدور على الصعيد العالمي من أمور ثقافية.
- أختيار مقدمين للبرنامج الثقافي يمتازون بالأسلوب المشوق الغير الممل ويفضل أن يكون متخصصاً في المجال الثقافي ومثقفاً وحسن المظهر.
- تفعيل مشاركة المتلقين في البرنامج وتحسين المستوى الفني للتواصل مع الجمهور.
- زيادة البرامج التي تعني بالأدب ونتاجات الأدباء والأعمال الأدبية وبشكل معاصر لجذب المتلقي والمتذوق.
- على البرامج الثقافية أن تفصل بين السياسة والثقافة.
- أن تحاول الجمع بين الخصوصيات الإنسانية المشتركة والمختلفة بين الحضارات والأمم.
- المرونة وتقليل المحضورات الرقابية على البرامج الثقافية مما يتيح حرية تعبير أكبر.

- أن تكون البرامج الثقافية أكثر تعبيراً عـن الواقـع، وتتنـاول ثقافتنـا بـسلبياتها وإيجابياتهـا، وأن تحاول الربط بين الأجيال الثقافية والأزمنة المختلفة وتطورها.
- أستضافة الأقلام الثقافية الواعية الهادفة إلى أحـترام الـرأي الآخـر وتتمتـع بـالروح الديمقراطيـة الهادفة إلى بناء الإنسان الواعي لنكون بمستوى الدول التي سبقتنا في مجال التقدم واحـترام حقـوق الإنسان.
- أستقلال البرامج عن أفكار حكوماتها، وإيجاد الكادر الفني والإداري المناسب لتلك البرامج.

المراجع والمصادر

المصادر وتشمل:

أولاً، المصادر العربية

ثانياً: المصادر الأجنبية والمترجمة

ثالثاً: المصادر البحثية

رابعاً: الدوريات والمجلات

خامساً: المصادر الإلكترونية

سادساً، المقابلات

أولاً:المصادر العربية:

- أسعد، يوسف ميخائيل، الثقافة ومستقبل الشباب، الهيئة المصرية العامة للكتاب -القاهرة- 1984م.
- الأصفر، محمد علي ، مظاهر الغزو الثقافي الأوربي المعاصر للوطن العربي، مجلة البحوث الإعلامية، طرابلس، 1992.
- الحاج، الدكتور كمال بديع البرامج التعليمية والثقافية الجزء (1-2) والدكتورة بارعة شقير، منشورات جامعة دمشق- مركز التعليم المفتوح قسم الإعلام، 2005-2006.
- جاد، سهير ، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، الهيئة المصرية العامة للكتاب -القاهرة-، 1987م.
- جاد، سهير - سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999م.
- الجابري، محمد عابد ، العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد2.

- خضور، الدكتور أديب ، الإعلام المتخصّص، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2003م،ط1،ص63.
- خضور، أديب ،أستاذ الصحافة في جامعة دمشق، دراسات تلفزيونية، المكتبة الإعلامية 14، ط1، دمشق1998.
- رشتي. جيهان، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977م.
- الرمحين، د. عطا اللـه مناهج البحث الإعلامي وطرق الإبداع الصحفي، تأليفه وإعداده مع د. نزار ميهوب، د.نهاد محمود، د.عبد اللـه قيسية، منشورات جامعة دمشق- كلية الآداب- قسم الإعلام، مركز التعليم المفتوح، مطبعة جامعة دمشق، ط1.
- الساعاتي، سامية حسن " الثقافة والشخصية"، بحث في علم الأجتماع الثقافي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988م.
- الساعاتي، سامية حسن ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الإعلام، الثقافة والإعلام، ديناميات التأثير والتأثر، القاهرة: المركز القومي للبحوث الأجتماعية والجنائية للفترة 28-31ديسمبر 1983م.
- السيوطي، جلال الدين عبد الرحمن أبي بكر، التحبير في علم التفسير، دار الكتب العلمية بيروت (ط 1 1408 هـ).
- شرف، عبد العزيز ، عباس العقاد، بين الصحافة والأدب، القاهرة، مكتبة الأنجلو 1980م.
- شرف، الدكتور عبد العزيز، في مقدمة كتاب البرامج الثقافية في الإعلام للدكتورة سهير جاد.
- شكري، د. عبد المجيد ، تكنولوجيا الاتصال.
- شلبي، كرم ، فن الكتابة للراديو والتلفزيون ، جدة، دار الشروق، 1987م.

- الصاوي، عبد المنعم "عن الثقافة"، دار القلم، القاهرة، 1966م.
- عارف، نصر محمد ، الحضارة المدنية، دراسة لسيرة المصطلح ودلالة المفهوم، واشنطن، المعهد العالي للفكر الإسلامي، 1995م.
- عبد الغني، د. أمين سعيد ، الثقافة العربية الفضائيات، رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ط1.
- العبد، عاطف، الرأي العام وطرق قياسه، الأسس النظرية، الجوانب المنهجية، النماذج التطبيقية والتدريبات العملية، القاهرة، دار الفكر العربي، 2000م.
- العبيدي، باسم محمد ولي، ومحمد جاسم ، علم النفس الاجتماعي 2004م، دار الثقافة، عمان- الأردن.
- عرسان، علي عقلة ، مشكلات في الثقافة العربية، منشورات أتحاد الكتاب العرب، 1989م،ط1،مطبعة أتحاد الكتاب العرب- دمشق.
- عطا الله، محمود سامي، السينما وفنون التلفزيون، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 1977م.
- الغذامي، الدكتور عبد الله، الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء المغرب، ط2 2005م.
- الكيلاني، أ. دكتور سعيد ، أنتاج المواد الإعلامية.
- لبيب، أسعد " التخطيط الإذاعي على المدى البعيد"، محاضرات في كلية الإعلام- جامعة القاهرة- 1979م.
- المحنة، د. فلاح كاظم، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، جامعة بغداد- بيت الحكمة، ط1، 1988م.
- محمود، د. منال طلعت، مدرس بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية، جامعة الأسكندرية- مصر،مدخل إلى علم الاتصال، 2002م.

- مدن، حسن ، الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات الخليج، كتاب الثقافة والأستهلاك –ندوة-، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 1994م.
- يونس، الدكتور عبد الحميد، مجلة عالم الفكر، اللغة الفنية، الكويت 1971م.
- عبد العالي بوطيب : آليات الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات ، ج 49 ، مج 13 ، 2003 ، ص 320
- وهبة نادر : السيمياء الاجتماعية وتحليل المناهج : سيمياء الصورة نموذجا . مجلة رؤى تربوية . رام الله : مركز القطان للبحث والتطوير التربوي ، 2006 ، ص 25،24 .
- محمد حسام الدين إسماعيل : الصورة و الجسد ، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ط1 ، كانون ثاني 2008 ، ص 43
- رولان بارت: مبادئ في علم الأدلة، ترجمة: محمد البكري، عيون المقالات، الدار البيضاء، المغرب، الطبعة الأولى سنة 1986م؛
- عبد العالي بوطيب : آليات الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات ، ص 321
- نصير أبو علي : الصورة كنوع صحفي و علاقتها بالأزمات ، مؤتمر الإعلام و الأزمات ، الشارقة (إ – ع – م)
- فيصل لحمر : معجم السيميائيات ، منشورات اختلاف ، ط 1 ، 2010 ، ص 120 .
- محمد حسام الدين إسماعيل : الصورة و الجسد ، ص 43 .
- محمد حسام الدين إسماعيل : الصورة و الجسد ، ص 43 .
- أندريه لالاند : موسوعة لالاند الفلسفية ، تعريب : خليل أحمد خليل ، منشورات عويدات ، بيروت –باريس ط2 ، 2001 ، ص213

- عماد الزغلول : نظريات التعلّم ، دار الشروق ، عمان – الأردن ، 2003 ، 122
- مارتن هايدجر : الفلسفة في مواجهة العلم و التقنية ، تر: فاطمة الجيوش ، دمشق ، 1998 ، ص 34 .
- نصير بوعلي : الصورة كنوع صحفي و علاقتها بالأزمات .
- محمد حسام الدين إسماعيل : الصورة و الجسد ، ص 82 .
- عبد القادر الشاوي : الكتابة و الوجود (السيرة الذاتية في المغرب) ، ص 88
- أندريه لالاند : موسوعة لالاند الفلسفية ، ص 169
- روزنتال/يودين وآخرون: الموسوعة الفلسفية، ترجمة: سمير كرم، مراجعة: صادق جلال العظم وجورج الطربيشي، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط3(1981)، ص270.
- مختار ملاس : دلالة الأشياء في الشعر الجزائري المعاصر (رسالة دكتوراه مخطوط) ، جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية .
- حنان شعبان : تطور دراسات جهود وسائل الإعلام من دراسات التأثير إلى دراسة التلقي .
- روزنتال /يودين وآخرون: الموسوعة الفلسفية، ص138.
- محمد حسن الأستاذ : سيميائية الصورة (إستراتيجية مقترحة في تنمية تجليات إبداعية و فضاءات دلالية) مؤتمر جامعة فيلادلفيا الثاني عشر 2007 (ثقافة الصورة)
- حليم جرداق: هل الجمال في الطبيعة أم في الفنّ، مجلّة مواقف، ع25/24، سنة1973/1972، ص158
- شاكر عبد الحميد: التفضيل الجمالي-دراسة في سيكولوجية التذوّق الفنّي، سلسلة عالم المعرفة، العدد267، مارس 2001، ذو الحجة 1421، مطابع الوطن – الكويت، ص49.

- عبد الحليم مسعود السيد : الإبداع ، دار المعارف (د ، ت) ، ص12
- عبد الحليم مسعود السيد : الإبداع ، ص 07
- أحمد عكاشة : آفاق في الإبداع الفني ، دار الشروق ، ط 1 ، 2001 ، ص 43

مصادر عامة:

- أفلاطون – فلسفته وآراءه في المدينة الفاضلة مطبعة بيروت 1970م لبنان.
- أمثال صينية، جمع مكتبة المتنبي، 1975م العراق.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، 1996م.
- حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، بيروت، المركز الثقافي العربي، 1998م.
- ارنست فيشر، ترجمة أسعد حليم (2002)، ط 1 هلا للنشر و التوزيع 6 ش الدكتور حجازي – الصحفيين – الجيزة، مصر .
- الثقفي، عبد الله دخيل الله، (1427 هـ)، اتجاهات النقد الفني عند أسعد عرابي، و عز الدين نحيب، و طلال معلا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة .
- الرصيص، محمد (1416 هـ) النقد الفني في نظرية الفن بوصفه مادة دراسية في التربية الفنية، جامعة الملك سعود، الرياض
- الزغلول، عماد الهنداوي (2002 م) مدخل إلى علم النفس، دار الكتاب الجامعي، الإمارات .
- السيد علي أحمد و فائقة بدر، الإدراك الحسي البصري و السمعي ط1 مكتبة النهجة المصرية، 9 ش عدلي. القاهرة .

- توفيق، سعيد، (2002)، الخبرة الجمالية، دراسة في فلسفة الجمال الظاهرية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، شارع سيف الدين المهراني، الفجالة، القاهرة .
- حداد، زياد سالم (1988 م) النقد الفني الأردني المعاصر، تحليل منهجي للممارسات النقدية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة ولاية أوهايو، الولايات المتحدة .
- سليم، أحمد فؤاد حدس المرئي و اللامرئي في الصورة البصرية، (2006 م)، مهرجان الدوحة الثقافي الرابع، الدوحة، قطر .
- شاكر عبد الحميد، (2005)، التفضيل الجمالي، دراسة في سيكلوجية التذوق الفني، سلسلة كتب ثقافية، عالم المعرفة، الكويت.
- عبد الكريم، زينب (2003 م)، علم النفس التربوي ط 1، دار أسامة للنشر – عمان، الأردن .
- عطية، محسن، (2006 م)، لغة الأشياء البيئية و الوسائط المتعددة، تحولات النص البصري، ندوة ملتقى الفنون --- الثاني، مهرجان الدوحة الثقافي الرابع، الدوحة، قطر .
- فراج، عفاف أحمد، (1999 م) سيكلوجية التذوق الفني مكتبة الانجلو المصرية، 165 شارع محمد فريد، القاهرة .

ثانياً: المصادر الأجنبية والمترجمة:

- أنطوني، كينج، الثقافة والعولمة والنظام العالمي، ترجمة شهرت العالم وهالة فؤاد ومحمد يحيى ومراجعة محمد يحيى، المجلس الأعلى للثقافة في مصر ضمن المشروع القومي للترجمة، ط1، 2001م.
- د. أ. بورتيسيكي- أ. يوروفسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أبتسام علوان، بغداد، وزارة الثقافة والفنون، 1978.

- روجيه شاريتيه – ترجمة د. سلوى لطفي – مراجعة د. أمينة رشيد- الكتاب بين الماضي والمستقبل- .
- رولان، بارت، الصورة التأثير الإعلامي ، ترجمة د.عد الجبار الغضبان، مطبعة الثورة –اليمن 2001م.
- لويس، دولّلو، الثقافة الفردية والثقافة الجماهيرية، ترجمة خير الدين عبد الصمد، دمشق 1993م.
- مارك، أوجي – ثقافة وأنتقال- ترجمة د. هويدا إسماعيل – مراجعة د. أمينة رشيد- الكتاب بين الماضي والمستقبل.
- مارشال، ماكلوهان، كيف نفهم وسائل الإتصال، ترجمة الدكتور خليل صابات، الدكتور محمد محمود الجوهري، الدكتور السيد محمد الحسيني، سعد لبيب، مراجعة وتدقيق الدكتور خليل صابات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1975، ط1 ، نشر هذا الكتاب بالأشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة- نيويورك.
- المجلس الأعلى للثقافة، ما الثقافة؟ ط1 القاهرة إصدار الهيئة المصرية العامة لدار الكتب والوثائق القومية إدارة الشؤون الفنية- -القاهرة-
- Phillip Lee. Communication For All، New York، Orbis Books، n.d.
- PAUL FRAISE et JEAN PIAGET : traite de psychologie expérimentale VI la réception ، PUF ، 5 ، 2e ed 1967 P 133
- Barthes R. (1987) Image Music Text London: Fontana
- C. Metz :au-delà de l'analyse de l'image ، p 4
- 1972ed.casterman،paris، éducation، René La Borderie ،les images dans la société _1_
- -Werner Burzlaff ،la lettre et l image ،les relations iconiques chez peirce ،in signe/texte/image،ed.césura Lyon،1990،p.127

- - J.Baudrillard ، La Société de Consommation ،Denoél ،Paris،1970.p.314.
- M .joly : introduction a l'analyse de l'image ، éd université nathan ، 1993 ، p 112
- C. Metz :au-delà de l'analyse de l'image ، in communication N°15 1970 ، p 06
- -1Langer ، S.K Feeling and form. Athery of art ، New York : Charles Scriner's Sons. 1953 ، p. 397.
- -2Laszlo ، Ervin (1998) The System Softhe ، New **World ، New York ، George Brazilian.**

ثالثاً: المصادر البحثية:

- إبراهيم، دكتور فؤاد، ثقافة الصورة..التحدي والاستجابة، وعي الصورة.. صورة الوعي، بحث مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن- عمان،2007م.
- جاد، د. سهير سيد أحمد - رسالة الدكتوراه بعنوان- البرامج الثقافية في التلفزيون- دراسة في تحليل المضمون – تلفزيون جمهورية مصر العربية- جامعة القاهرة –كلية الإعلام – أشراف د. سمير محمد حسين، عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة- د. سلوى أمام ، المدرس بقسم الإذاعة بكلية الإعلام- سبتمبر 1984م.
- طه، أميرة سمير ، دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة، 2001م.
- لبيب، الأستاذ سعد ، التخطيط التلفزيوني في دولة الخليج، الرياض، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيون الخليج، 1985.
- نجم، السيد، بحث بعنوان، "الأدب في عصر الصورة الالكترونية"، الصورة وواقع الأدب الافتراضي، مقدم إلى جامعة فيلادلفيا، الأردن- عمان،2007م.

- ولي، الدكتور محمد جاسم، الصورة وتأثيراتها النفسية، والتربوية، والاجتماعية، والسياسية، جامعة بغداد – مركز البحوث التربوية والنفسية، بحث مقدم لجامعة فيلادلفيا الأردن -عمان.

رابعاً: الدوريات والمجلات:

- جريدة الاتحاد، أبو ظبي، العدد 9002، السنة31، الأحد 27 فبراير 2000م.
- مجلة الإذاعات العربية، العدد2، 1997م.
- مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد 2، 1991م.
- مجلة الفن الإذاعي، إمام، د. إبراهيم ، الاتجاهات الترفيهية للبرامج الإذاعية والتلفزيونية، ، العدد 85، السنة 23، سبتمبر 1979م.
- مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 267، آيار 2001م.
- مجلة النيل، العدد 35، يناير 1989م..

خامسا: المصادر الإلكترونية:

- عواد، محمد، شبكات التواصل الإجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات، أكتوبر 2010. متاح (On Line).
- http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post_7300.html
- 34 موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، خدمة الشبكة الاجتماعية، آخر تعديل لهذه الصفحة في 20 أغسطس 2011. (مصدر سابق) متاح (On Line).
- http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9%D8%A9
- خليفة، هبة محمد، مواقع الشبكات الإجتماعية، ما هي؟ منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات، 19 2009 Jan. متاح. (On Line)
- http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775

- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، موقع ويب، آخر تعديل لهذه الصفحة في 29 نوفمبر 2011. متاح (On Line).

- موقع كنان أون لاين، ما هو الموقع الإلكتروني، (المصدر داتا تكنولوجي)، في 22 ديسمبر 2009. متاح (.On Line)http://kenanaonline.com34

- منهل الثقافة الإلكترونية، أنواع مواقع الإنترنت، 1430-03-01 هجرية، متاح (On Line).

- موقع إجابات (غوغل)، ما هي الشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت (social networking)، في 2009/12/17. متاح (On Line).

- http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid

- عالم التقنية، الشبكات الاجتماعية.. ومفهوم أكبر، في 13 أغسطس، 2009. متاح (On Line).
  http://www.tech-wd.com/wd/2009/08/13/another-concept-for-social-network/

- خليفة، هبه محمد، مواقع الشبكات الإجتماعية.. ما هي؟ قاعة د. شوقي سالم، المكتبة المركزية - جامعة حلوان. منتديات اليسير، في 2009- Jan-19. متاح (On Line).

http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775

- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، معنى وقواعد ومستويات وأهداف الدراسة المقارنة، آخر تعديل لهذه الصفحة في 5 سبتمبر 2011. متاح (On Line).

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9_%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%A9

- موقع الأغواط. نت، منهج المقارنة، في 11-30-2008. متاح (On Line).

http://www.laghouat.net/vb/showthread.php?t=15843

- الهادي، زغينة، طريقة المقارنة في البحث العلمي من الألف إلى الياء، في الأحد يناير 30، 2011. متاح (On Line).

http://zeghina.3oloum.org/t2476-topic

- موقع بروز، الجمهور المتلقي، في 31 Mar،2009 . متاح (On Line).

http://www.proz.com/kudoz/english_to_arabic/advertising_public_relations/3170806-audience.html#7152004

- أوغلوا، صالح جاويش، دور الجمهـور في عـالم الإمبرياليـة الثقافيـة، الحـوار المتمـدن - العـدد: 2176 - في 2008 / 1 / 30. متاح (On Line).

http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=123309

- منتديات ستار تايمز، أهم النظريات الإشهارية وعلاقة هـذا الأخـير بالاقتـصاد، في 17/06/2008. متاح (On Line).

http://www.startimes.com/f.aspx?t=10350970

- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، قناة العربية، آخر تعديل لهذه الصفحة في 29 نـوفمبر 2011. متاح (On Line).

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9

- موقع شوفنك، موقع قناة العربية الفضائية، في 22 ديسمبر، 2007. متاح (On Line).

http://ar.shvoong.com/internet-and technologies/websites/1728805-%D9%85%D9%88%D9%82%D8%B9-

- موقع العربية، حول العربية.نت، (لات). متاح (On Line).

http://www.alarabiya.net/index/static/about

- **http://www.albaghdadia.com/main.htm**
- **http://www.ertu.org/esc/ESC.asp**
- **http://www.dubaitv.ae/default.asp**

http://www.star28.com/site/site-10.html

- http://www.philadelphia.edu.jo/artsconf/papers/28.doc
- http://forum.biskra7.com/b128/t7584 .

فهرس

الـــمـــوضـــوع	رقـم الـــصـــــفـــحـــه

